

**PENGARUH *PRODUCT, PRICE* DAN *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN NGIKAN**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



CINDY PUTRI DEVI

1161001078

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2020

**PENGARUH *PRODUCT, PRICE* DAN *BRAND AMBASSADOR*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN NGIKAN**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



CINDY PUTRI DEVI

1161001078

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Cindy Putri Devi

NIM : 1161001078

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Agustus 2020


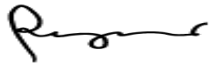

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Cindy Putri Devi
NIM : 1161001078
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)
Judul Skripsi : Pengaruh *Product, Price* Dan *Brand Ambassador*
Terhadap Loyalitas Pelanggan Ngikan.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M. ()
Penguji I : Aurino Rilman A. Djamaris, Ir., M.M. ()
Penguji II : Dr. Dudi Rudianto, S.E., M.Si. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Agustus 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya sampaikan kehadiran Allah SWT, Atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta salawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “**Pengaruh *Product, Price, Brand Ambassador* terhadap *Loyalitas Pelanggan Ngikan*””. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Bakrie.**

Penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan dukungan dan semangat dalam penyelesaian tugas akhir ini.
2. Bapak Aurino Rilman A. Djamaris, Ir., M.M., selaku Dosen Pembahas I dan Bapak Dr. Dudi Rudianto, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembahas II, yang telah memberikan kritik, saran, dan wawasan untuk mendukung penyelesaian tugas akhir ini.
3. Bapak M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie.
4. Seluruh Staf Dosen Manajemen Universitas Bakrie yang telah membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan studi.
5. Ibu saya tercinta, Devi, adik saya tercinta Rendy Aulia, serta Keluarga besar penulis yang selalu senantiasa memberikan semangat, dukungan, kasih sayang dan doa yang tiada henti – hentinya kepada penulis, saya persembahkan gelar sarjana ini untuk kedua orang tua saya.
6. Seluruh Biro Administrasi Akademik dan Staff Perpustakaan, yang telah membantu kepentingan – kepentingan penulis dalam kepentingan sistem akademik pada Universitas Bakrie.

7. Febi Aprilia Ulfa dan Ruri Anissa Putri, Aulia Shufa selaku teman satu kos dengan penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi, semangat, canda tawa dalam dunia perkuliahan termasuk dalam pengerjaan tugas akhir ini.
8. Dini Nabila, Shandra Rizki Aulia, Amirah Muthmainnah, Andre Kurniawan, Refa Felinda, Anisa, Karlina, Dani yang selalu bersama saya saat menjalani pengerjaan tugas akhir ini dan selalu memberikan semangat, dukungan, canda tawa saat dalam pengerjaan tugas akhir ini.
9. Teman – teman Rang Mudo Rancak serta RMM, yang selalu memberikan dukungan, semangat, canda tawa dalam dunia perkuliahan.
10. Teman- teman mahasiswa/I Program Studi Manajemen angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah mengisi hari – hari selama perkuliahan menjadi berwarna dan saling membantu dalam perkuliahan.
11. Para responden yang telah menyempatkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian tugas akhir.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya mengharapkan saran dan kritik demi penyempurnaan tugas akhir ini. Akhir kata, saya berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 27 Agustus 2020

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cindy Putri Devi
NIM : 1161001078
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh *Product, Price Dan Brand Ambassador* Terhadap Loyalitas Pelanggan Ngikan.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta
Tanggal : 27 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Cindy Putri Devi

PENGARUH *PRODUCT*, *PRICE* DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN NGIKAN

Cindy Putri Devi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Product*, *Price* dan *Brand Ambassador* terhadap Loyalitas Pelanggan Ngikan. Penelitian ini menggunakan Metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan melalui *korelasi rank spearman* dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 24. Hasil penelitian berdasarkan analisis korelasi *rank spearman* disimpulkan bahwa *Product*, *Price* dan *Brand Ambassador* secara parsial memiliki yang signifikan dan positif terhadap Loyalitas Pelanggan Ngikan.

Kata kunci: *Product*, *Price*, *Brand Ambassador* dan Loyalitas Pelanggan

***THE EFFECT OF THE PRODUCT, PRICE AND BRAND
AMBASSADOR ON CUSTOMER LOYALTY NGIKAN***

Cindy Putri Devi

ABSTRACT

This study aims to see all the effects of Product, Price and Brand Ambassador on Ngikan Customer Loyalty. This research uses quantitative research methods. The sample in this study were 100 respondents. The sampling technique used was simple random sampling with data analysis techniques using a questionnaire. Analysis of the data used is through the rank spearman with the application tool of SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 24. The results based on the rank spearman analysis show that Product, Price, and Brand Ambassador partially have a significant and positive effect on Ngikan customer loyalty.

Keywords: *Product, Price, Brand Ambassador and Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
.....	6
2.1 <i>Marketing Mix</i>	6
2.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	6
2.2 <i>Product</i>	7
2.3 <i>Price</i>	9
2.4 <i>Promotion (Brand Ambassador)</i>	10

2.5 Loyalitas Pelanggan.....	12
2.6 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	14
2.7 Kerangka Pemikiran	17
2.8 Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Variabel penelitian dan Operasionalisasi Variabel	20
3.2.1 Variabel Penelitian	20
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	20
3.3 Populasi dan Sampel.....	21
3.3.1 Populasi	21
3.3.2 Sampel	22
3.4 Teknik Penarikan Sampel	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.6.1 Data Primer	24
3.7 Instrumen Penelitian	24
3.7.1 Uji Validitas	24
3.7.2 Uji Reliabilitas	25
3.8 Analisis Deskriptif.....	25
3.9 Metode Analisis Data	26
3.9.1 Uji Korelasi Rank Spearman	26
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Analisis Karakteristik Responden	28

4.2 <i>Pre-Test</i> Kuesioner	30
4.2.1 Pre-Test Uji Validitas.....	30
4.2.2 Pre-Test Uji Reliabilitas	31
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel	32
4.3.1 Uji Validitas 100 Responden	32
4.3.2 Uji Reliabilitas 100 Responden	32
4.4 Analisis Deskriptif.....	33
4.4.1 Deskriptif Variabel <i>Product</i>	33
4.4.2 Deskriptif Variabel <i>Price</i>	34
4.4.3 Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i>	35
4.4.4 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	36
4.5 Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i>	37
4.6 Pembahasan.....	40
4.6.1 Pengaruh <i>Product</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	40
4.6.2 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	41
4.6.3 Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Independen	21
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Dependen.....	21
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	28
Tabel 4. 2 <i>Pre-Test</i> Validitas <i>Product, Price, Brand Ambassador</i> dan Loyalitas Pelanggan	31
Tabel 4. 3 <i>Pre-Test</i> Reliabilitas Variabel <i>Product, Price, Brand Ambassador</i> dan Loyalitas Pelanggan.....	31
Tabel 4. 4 Uji Validitas <i>Product, Price, Brand Ambassador</i> dan Loyalitas Pelanggan 100 Responden	32
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Variabel <i>Product, Price, Brand Ambassador</i> dan Loyalitas Pelanggan 100 Responden	32
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product</i>	33
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price</i>	34
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i>	35
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	36
Tabel 4. 10 Hasil Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hipotesis 1	37
Tabel 4. 11 Hasil Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hipotesis 2	38
Tabel 4. 12 Hasil Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hipotesis 3	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Target Konsumsi Ikan Nasional (2015-2019)	2
Gambar 1. 2 <i>Marketing Mix 7P</i>	7
Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran	18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....48

Lampiran 2 Output Perhitungan SPSS.....53