

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MINUMAN MEREK RE.JUVE**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen**



**AGUNG FEBRA PINOTA
2201001019**

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
Telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Agung Febra Pinota

NIM : 2201001019

Tanda Tangan : 

Agung Febra Pinota

Tanggal : 23 Maret 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Agung Febra Pinota
NIM : 2201001019
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Pengaruh Promosi Penjualan Pada Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Minuman Merek Re.juve.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Prima Mulyasari Agustin., S.Sos., M.Si., Dr



Penguji : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., MBA., Ph.D



Penguji : Dr. Jerry Haikal, ST, MM



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 Maret 2023

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu sayarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen pad Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menaydari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunanTesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prima Mulyasari Agustin., S.Sos., M.Si., Dr selaku dosen pemimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini ;
2. Para Responden yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
3. Orang tua dan keluarga besar saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
4. Teman-teman yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis beraharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Maret 2023



Agung Febra Pinota

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Agung Febra Pinota
NIM : 2201001019
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Tesis :

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

Pengaruh Promosi Penjualan Pada Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Minuman Merk Re.juve

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan Tesis 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

Pada tanggal : 23 Maret 2023

Yang Menyatakan



(Agung Febra Pinota)

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MINUMAN MEREK RE.JUVE

Penelitian ini bertujuan mengetahui apakah pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian merek Re-Juve, untuk mengetahui apakah pengaruh keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan merek Re-Juve, untuk mengetahui apakah pengaruh keputusan pembelian dapat memediasi pengaruh antara promosi penjualan dengan loyalitas pelanggan. Data yang dipergunakan adalah data primer yaitu dari hasil kuesioner yang dilakukan oleh 150 responden, responden ini merupakan responden yang membeli minuman bermerk Re-Juve dari pasar dan website di Jakarta. Model penelitian adalah kuantitatif dengan analisis yang digunakan dimulai dengan pembentukan portofolio optimal dan dilanjutkan Untuk menguji masing-masing variabel yaitu promosi dan keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan digunakan uji t, sedang untuk menguji pengaruh secara bersama-sama menggunakan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, keputusan pembelian berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, serta keputusan pembelian dapat memediasi pengaruh antara promosi penjualan dengan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Promosi, Keputusan Pembelian, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

***THE EFFECT OF SALES PROMOTION ON PURCHASE DECISION ON
CUSTOMER LOYALTY OF RE.JUVE BRAND BEVERAGES***

This study aims to determine whether the influence of sales promotion on the purchase decision of the Re-Juve brand, to find out whether the influence of purchasing decisions on customer loyalty of the Re-Juve brand, to find out whether the influence of purchase decisions can mediate the influence between sales promotion and customer loyalty. The data used is primary data, namely from the results of questionnaires conducted by 150 respondents, these respondents are respondents who buy Re-Juve branded drinks from markets and websites in Jakarta. The research model is quantitative with the analysis used starting with the formation of an optimal portfolio and continuing To test each variable, namely promotion and purchase decisions on customer loyalty, a t test is used, while to test the effect together using the f test. The results showed that sales promotion affects purchasing decisions, purchasing decisions affect customer loyalty, and purchasing decisions can mediate the influence between sales promotion and customer loyalty.

Keywords: *Promotions, Purchase Decisions, Customer Loyalty.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	9
2.1 Deskripsi Objek Penelitian / Re.juve	9
2.1.1 Sejarah Re.juve	9
2.1.1 Visi dan Misi Re.Juve	10
2.2 Deskripsi Industri.....	11
2.3 Customer	12
2.4 Pesaing	12
BAB III LANDASAN, TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS..	17
3.1. Landasan Teori.....	17
3.2. Promosi	17
3.2.1. Tujuan Promosi	17
3.2.2. Jenis-Jenis Promosi	18
3.2.3. Promosi penjualan.....	18

3.3. Keputusan Pembelian.....	20
3.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
3.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
3.3.3 Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	21
3.3.4. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	22
3.4. Loyalitas Pelanggan	23
3.4.1. Indikator Loyalitas	24
3.5. Penelitian Terdahulu	25
3.6 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran	49
3.6.1.Pengaruh Promosi penjualan terhadap Keputusan Pembelian	50
3.6.2.Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan	51
3.6.3.Keputusan Pembelian memediasi pengaruh Sales Promotion dengan Loyalitas Pelanggan	52
3.7. Hipotesis.....	53
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	55
4.1. Desain Penelitian.....	55
4.2. Populasi dan Sampel	55
4.2.1. Populasi	55
4.2.2. Sampel.....	56
4.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	57
4.3.1. Sumber Data.....	57
4.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	57
4.4. Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	58
4.4.1. Keputusan Pembelian.....	58
4.4.2. Promosi Penjualan.....	59
4.4.3. Loyalitas	59
4.5. Operasional variabel Penelitian.....	60
4.6. Skala Pengukuran.....	61
4.7. Teknik Analisis Data.....	62
4.7.1.Uji Reliabilitas	63
4.7.2. Uji Validitas	64

4.7.3 Uji Multikolinieritas	66
4.7.4 <i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM)	66
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	71
5.1. Deskripsi Responden.....	71
5.1.1. Jenis Kelamin	71
5.1.2. Usia	72
5.1.3. Pendidikan.....	72
5.2. Hasil Uji Instrumen Pendahuluan	73
5.2.1. Hasil Reliabilitas Pre-test	73
5.2.2. Hasil Validitas <i>Pre-test</i>	74
5.3. Hasil Penelitian Aktual	75
5.3.1. Statistik Deskriptif	76
5.3.2. Hasil Uji Reliabilitas Actual Test	77
5.3.3. Uji Validitas Actual Test.....	78
5.3.4 VIF Actual Test.....	80
5.4. Hasil Uji Hipotesis	80
5.4.1 Outer Model	81
5.4.2. Inner model	82
5.5. Pembahasan.....	84
5.5.1. Pengaruh Promosi penjualan terhadap Keputusan Pembelian	84
5.5.2. Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan	86
5.5.3. Keputusan Pembelian memediasi pengaruh Sales Promotion dengan Loyalitas Pelanggan	87
BAB VI PENUTUP	92
6.1. Kesimpulan	92
6.2. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah konsumsi buah penduduk di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Konsumsi Buah dan Sayur di Asia.....	4
Gambar 1.3 Special Offers Re.juve.....	5
Gambar 1.4 Hasil Pra Survey Alasan Membeli Produk Re.Juve.....	6
Gambar 2.1. Logo Re.juve.....	11
Gambar 2.2. Logo Naked Press Juice.....	14
Gambar 2.3. Logo Fresh and Press.....	15
Gambar 2.4. Logo Mels Pressed Juice.....	16
Gambar 3.1. Model Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas	49
Gambar 3.2. Kerangka Pikir Penelitian.....	53
Gambar 4.1. SEM PLS Model.....	70
Gambar 5.1 Path model.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	28
Tabel 4.1. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	60
Tabel 5.1. Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 5.2. Profil Responden berdasarkan Usia.....	72
Tabel 5.3. Profil Responden berdasarkan Pendidikan.....	72
Tabel 5.4 Hasil Reliabilitas Pre-test.....	73
Tabel 5.5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Pre-test.....	74
Tabel 5.6. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan Pre-test.....	74
Tabel 5.7. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan Pre-test.....	75
Tabel 5.8. Statistik Deskriptif	76
Tabel 5.9. Hasil Reliabilitas Actual test.....	78
Tabel 5.10. Uji Validitas Untuk Actual Test (Diskriminan validity) – Cross Loading Final..	79
Tabel 5.11. AVE Tabel.....	79
Tabel 5.12. Actual test Discriminant Validity.....	79
Tabel 5.13. VIF Tabel.....	80
Tabel 5.14. Hasil Inner model.....	81
Tabel 5.15. Hasil Structural Model.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

A. Kuesioner Penelitian	100
B. Output SPSS	104
C. Output PLS.....	112