

**SKRIPSI**

**PENGARUH SALES PROMOTION, PERCEIVED PRODUCT  
QUALITY DAN BRAND ASSOCIATION, TERHADAP BRAND  
LOYALTY M by Musa DI SOGO CENTRAL PARK MALL  
JAKARTA BARAT**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA : DEVINA DONATA**

**NIM : 115150290**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2019**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : DEVINA DONATA  
NPM : 115150290  
PROGRAM / JURUSAN : SI / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *SALES PROMOTION*,  
*PERCEIVED PRODUCT QUALITY* DAN  
*BRAND ASSOCIATION* TERHADAP *BRAND*  
*LOYALTY* M by Musa DI SOGO CENTRAL  
PARK MALL JAKARTA BARAT

Jakarta, 30 Juli 2019

Pembimbing,



(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : DEVINA DONATA  
NPM : 115150290  
PROGRAM JURUSAN : SI / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *SALES PROMOTION*,  
*PERCEIVED PRODUCT QUALITY* DAN  
*BRAND ASSOCIATION*, TERHADAP *BRAND*  
*LOYALTY* M by Musa DI SOGO CENTRAL  
PARK MALL JAKARTA BARAT

Tanggal: 30 Juli 2019

Ketua Penguji:



(Ary Satria Pamungkas, S.E., M.M.)

Tanggal: 30 Juli 2019

Anggota Penguji:



(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

Tanggal: 30 Juli 2019

Anggota Penguji:



(Louis Utama, S.E., M.M.)

# ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- (A) DEVINA DONATA (115150290)
- (B) PENGARUH *SALES PROMOTION*, *PERCEIVED PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND ASSOCIATION*, TERHADAP *BRAND LOYALTY* M by Musa DI SOGO CENTRAL PARK MALL JAKARTA BARAT.
- (C) xvii + halaman 114, 2019, tabel 43, gambar 9, lampiran 5
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **ABSTRAK:** Tujuan dilakukannya penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui pengaruh yang positif dan signifikan promosi penjualan persepsi konsumen mengenai kualitas produk, dan asosiasi merek, terhadap loyalitas merek M by Musa di Sogo Central Park Mall Jakarta Barat. Sampel yang digunakan adalah konsumen M by Musa yang pernah membeli produk M by Musa setidaknya 1 kali dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 95 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yaitu melalui *apps google form*. Alat yang digunakan untuk mengolah data adalah menggunakan program Smart PLS versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan promosi penjualan, persepsi konsumen mengenai kualitas produk, dan asosiasi merek dalam mempengaruhi loyalitas merek M by Musa di Sogo Central Park Mall Jakarta Barat.
- (F) Daftar Acuan 59 (1991-2019)
- (G) Herlina Budiono, S.E., M.M.
- (H) Kata Kunci : Promosi, Persepsi, Asosiasi, Loyalitas.

## **ABSTRACT**

**TARUMANAGARA UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMY**

**JAKARTA**

- (A) DEVINA DONATA (115150290)
- (B) *THE EFFECT OF SALES PROMOTION ON CONSUMER PERCEPTION TO PRODUCT QUALITY, AND BRAND ASSOCIATION, ON BRAND LOYALTY OF M by Musa IN SOGO CENTRAL PARK MALL JAKARTA BARAT.*
- (C) xvii + Pages 114, 2019, tables 43, pictures 9, attachments 5
- (D) **MARKETING MANAGEMENT**
- (E) **Abstract:** *The purpose of this study in general is to determine the positive and significant effect of sales promotion of consumer perceptions about product quality, and brand associations, as well as the impact on customer loyalty M by Musa at Sogo Central Park Mall West Jakarta. The sample used was M by Musa consumers who had bought M by Musa products at least 1 time with 95 respondents taken. Data collection is done by using a questionnaire that is through the google form application. The tool used to process data is using the Smart PLS program version 3.0. The results showed that there were positive and significant effects of sales promotion, consumer perceptions about product quality, and brand associations, M by Musa brand loyalty at Sogo Central Park Mall Jakarta West.*
- (F) *Reference List : 59 (1991-2019)*
- (G) Herlina Budiono, S.E., M.M.
- (H) *Keywords : promotion, Perceived product quality, Brand association, brand loyalty.*

### Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Brand Association	Brand Loyalty	Perceived Product Quality	Sales Promotion	Hasil
Brand Association	BA1	0,884				
	BA2	0,817				
	BA3	0,857				
	BA4	0,875				
	BA5	0,028				Tidak Valid
	BA6	0,123				Tidak Valid
	BA7	0,891				
	BA8	0,860				
Brand Loyalty						
	BL1		0,931			
	BL2		0,928			
Perceived Product Quality	PPQ1			0,871		
	PPQ2			0,918		
	PPQ3			0,902		
Sales Promotion	M1				0,927	
	M2				0,002	Tidak Valid
	M3				0,922	
	NM1				0,917	
	NM2				0,900	

### Hasil Uji Ulang Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Brand Association	Brand Loyalty	Perceived Product Quality	Sales Promotion	Hasil
Brand Association	BA1	0,883				Valid
	BA2	0,817				Valid
	BA3	0,857				Valid
	BA4	0,876				Valid
	BA7	0,891				Valid
	BA8	0,859				Valid
Brand Loyalty						
	BL1		0,931			Valid
	BL2		0,928			Valid

<i>Perceived Product Quality</i>	PPQ1			0,871		Valid
	PPQ2			0,918		Valid
	PPQ3			0,902		Valid
<i>Sales Promotion</i>	M1				0,927	Valid
	M3				0,922	Valid
	NM1				0,917	Valid
	NM2				0,900	Valid

### Hasil Nilai AVE

	<b>AVE</b>
<i>Brand Association</i>	0,747
<i>Brand Loyalty</i>	0,864
<i>Perceived Product Quality</i>	0,805
<i>Monetary Promotion</i>	0,855
<i>Non-Monetary Promotion</i>	0.825

### Hasil Cross Loading

	<i>Brand Association</i>	<i>Brand Loyalty</i>	<i>Monetary</i>	<i>Non-Monetary</i>	<i>Perceived Product Quality</i>
BA1	0,883	0,740	0,760	0,761	0,802
BA2	0,817	0,677	0,740	0,790	0,765
BA3	0,857	0,806	0,786	0,713	0,762
BA4	0,876	0,775	0,794	0,763	0,775
BA7	0,891	0,765	0,751	0,772	0,770
BA8	0,859	0,706	0,701	0,762	0,724
BL1	0,809	0,931	0,731	0,742	0,752

BL2	0,796	0,929	0,759	0,785	0,756
PPQ1	0,766	0,705	0,718	0,749	0,871
PPQ2	0,795	0,739	0,787	0,736	0,918
PPQ3	0,825	0,738	0,781	0,729	0,902
M1	0,819	0,759	0,927	0,766	0,800
M3	0,799	0,722	0,922	0,743	0,771
NM1	0,818	0,760	0,757	0,917	0,779
NM2	0,777	0,731	0,725	0,900	0,712

#### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Hasil
<i>Brand Association</i>	0,932	0,947	Reliabel
<i>Brand Loyalty</i>	0,843	0,927	Reliabel
<i>Perceived Product Quality</i>	0,879	0,925	Reliabel
<i>Monetary Promotion</i>	0,830	0,922	Reliabel
<i>Non-Monetary Promotion</i>	0,789	0,904	Reliabel



#### Lampiran 4. Hasil Uji Model Struktural

##### Hasil Uji R-Square

	<i>R Square</i>
<i>Brand Association</i>	0,787
<i>Brand Loyalty</i>	0,745
<i>Perceived Product Quality</i>	0,772

##### Hasil Uji Q-Square

	<i>Q Square</i>
<i>Brand Association</i>	0,508
<i>Monetary Promotion</i>	-
<i>Non-Monetary Promotion</i>	-
<i>Brand Loyalty</i>	0,603
<i>Perceived Product Quality</i>	0,553

##### Hasil Uji Goodness of Fit

	Saturated model
NFI	0,839

### Hasil Uji F Square

	<i>Brand Association</i>	<i>Brand Loyalty</i>	<i>Monetary Promotion</i>	<i>Non-Monetary</i>	<i>Perceived Product Quality</i>
<i>Brand Association</i>		2,927			
<i>Brand Loyalty</i>					
<i>Monetary promotion</i>					0,421
<i>Non-Monetary Promotion</i>					0.215
<i>Perceived Product Quality</i>	3.697				

## Lampiran 5. Hasil Uji Hipotesis

### Hasil Uji Bootstrapping (Path Coefficients)

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>t-statistic</i>	<i>p-value</i>
<i>Brand Association - &gt; Brand Loyalty</i>	0,863	0,863	0,022	38,569	0,000
<i>Monetary Promotion - &gt; Perceived Product Quality</i>	0,537	0,535	0,087	6,190	0,000
<i>Non-Monetary Promotion - &gt; Perceived Product Quality</i>	0,384	0,385	0,088	4,357	0,000
<i>Perceived Product Quality -&gt; Brand Association</i>	0,887	0,887	0,021	42,113	0,000

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama Lengkap : Devina Donata  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 06 Agustus 1996  
Alamat : Jalan Gilisampeng No.7 Rt 01/Rw 04.  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Katolik  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Telepon : 081212275255  
Email : Devinadonata96@gmail.com

### **PENDIDIKAN FORMAL**

2015-2019 : S1 Manajemen, Universitas Tarumanagara, Jakarta Barat  
2012-2015 : SMK Santa Maria Djuanda  
2009-2012 : SMPK Sang Timur  
2003-2009 : SD Sang Timur

# Turnitin Originality Report

Processed on: 12-Jul-2019 16:43 WIB  
ID: 1151240130  
Word Count: 11833  
Submitted: 1

*(Lethin R. Aritonang R.)*  
Manajemen Lihang FE UNTAR

Similarity Index

4%

Similarity by Source

Internet Sources:	4%
Publications:	1%
Student Papers:	5%

PENGARUHPROMOSI PENJUALAN TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN MENGENAI KUALITAS PRODUK DAN ASOSIASI MEREK, SERTA DAMPAK PADA LOYALITAS PELANGGAN BRAND M by Musa DI SOGO CENTRAL PARK MALL JAKARTA BARAT By Sm Devina Donata

1% match (Internet from 14-May-2016)  
<http://thesis.binus.ac.id/Asli/Bab3/2011-2-00462-mc%203.pdf>

1% match (student papers from 18-Jan-2018)

Submitted to Tarumanagara University on 2018-01-18

1% match (student papers from 23-Nov-2015)

Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-11-23

1% match (Internet from 23-May-2019)

<https://adoc.tips/pengaruh-motivasi-pengawasan-dan-budaya-kerja-terhadap-produk2b9d4c55c321b6e361aeb75fc8ef272864469.html>

1% match (Internet from 03-Feb-2019)

[http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/2639/Modul%20Pelatihan%20PLS\\_Bag.1.pdf](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/2639/Modul%20Pelatihan%20PLS_Bag.1.pdf)

1% match (Internet from 26-Apr-2019)

<https://www.scribd.com/document/338295204/SHOLIKAH-pdf>

SKRIPSI PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN MENGENAI KUALITAS PRODUK DAN ASOSIASI MEREK, SERTA DAMPAK PADA LOYALITAS PELANGGAN BRAND M by Musa DI SOGO CENTRAL PARK MALL JAKARTA BARAT DIAJUKAN OLEH: NAMA : DEVINA DONATA NIM : 115150290 UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA 2019 BAB I PENDAHULUAN A. Permasalahan 1. Latar Belakang Masalah Industri ritel diperkirakan tumbuh 10% pada tahun ini dibandingkan dengan tahun lalu. Jika pertumbuhan dua digit itu terealisasi maka menjadi yang pertamakalinya sejak tiga tahun silam. Ketua Umum Aprindo Roy Mande menjelaskan, industri ritel sudah under perform selama tiga tahun terakhir, yang diawali dengan penetapan APBN yang agak terlambat di 2015 serta inflasi yang cukup tinggi 7-8% hingga 2016. November 2018 yang dapat dijaga stabil di 0,27%, turun tipis dibandingkan bulan Oktober 0,28%. Hal ini membuktikan terhadap pemerintahan, khususnya Kementerian Perdagangan dan dengan pelaku atau pebisnis retail dapat bekerjasama dengan baik. Selain itu, suplai dan permintaan dipantau dari waktu ke waktu sehingga harga yang ditawarkan tetap stabil dan terkendali. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20181204164531-4-44946/industri-ritel-ri-mulai-pulih-tumbuh-10-di-tahun-ini> Dengan demikian perkembangan pasar untuk industri retail akan semakin baik dan semakin mengalami permintaan yang diikuti dengan gaya atau trend yang setiap tahunnya selalu berkembang sangat pesat, serta didukung dari perkembangan di toko retail yang berada didalam pusat perbelanjaan sangat mempengaruhi kenalkan dalam industri retail, salah satunya adalah brand M by Musa. M by Musa memasuki dunia



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama mahasiswa** : Devina Donata  
**NPM (Nomor Pokok Mhs.)** : 115150140  
**Program Studi** : S.1 Jurusan Manajemen  
**Alamat** : Jl. Gili Seneng NO. 7 Jakarta Barat RT/RW 01/0A  
**Telp** - \_\_\_\_\_ **H.P.** 0812 - 1227 - 5255

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat / menyontek
2. Mengutip tanpa menyebutkan sumbernya
3. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan S 1 Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan di skors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 05 Juli 2019

  
 (DEVINA DONATA)

nama lengkap mhs.

**CATATAN :**

1. Di fotocopy 5 X, untuk mahasiswa yang bersangkutan,
2. Asli dikembalikan ke Jurusan Manajemen,
3. Harap dilampirkan pada setiap Soft Cover maupun Hard Cover Skripsi