

**PENGARUH *RESPONSIVENESS*, *PERSONAL SELLING*  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PADA STUDIO PHOTO DAN VIDEO  
SHOOTING GEMILANG PHOTO  
BANGKA SELATAN**

**SKRIPSI**



Diajukan Oleh :

**NAMA : SAPRADONA**

**NIM : 302 11 11 042**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG**

**2017**

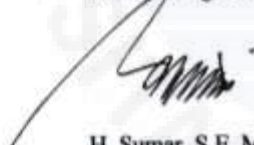


**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**

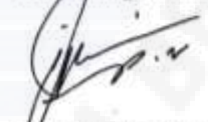
**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Sapradona  
NIM : 302 11 11 042  
Jurusan : Manajemen  
Judul Usulan Penelitian : "Pengaruh *Responsiveness*, *Personal selling* Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Studio photo dan Video Shooting Gemilang photo"

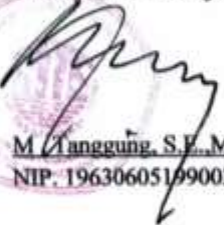
Pembimbing Utama

  
H. Sumar, S.E., M.M  
NP. 506808015

Pembimbing Pendamping

  
Dian Prihardini W., S.E., M.M  
NIP. 198207222014042002

Balunujuk, 06 Juni 2017  
Ketua jurusan manajemen

  
M. Tanggung, S.E., M.Si.  
NIP. 196306051990031004

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH *RESPONSIVENESS*, *PERSONAL SELLING* DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA STUDIO PHOTO  
DAN VIDEO SHOOTING GEMILANG PHOTO BANGKA SELATAN

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Sapradona  
Nomor Induk Mahasiswa : 302 11 11 042

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal 15 Agustus 2017 dan  
telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

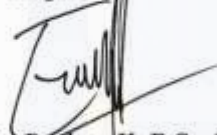
Tim Penguji :

Ketua




Dian P Wibawa, S.E., M.M  
NIP.198207222014042002

Angota



Echo Perdana, K. B.Sc., M.Sc  
NIP.508410027

Angota



M. Tanggung, S.E., M.Si  
NIP.1963060519900031004

Balunijuk, 15 Agustus 2017  
Universitas Bangka Belitung  
Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen

Dekan



Dr. Reniati, S.E., M.M  
NP.507206007

Ketua Jurusan Manajemen



M. Tanggung, S.E., M.Si  
NIP.1963060519900031004

## PERYATAAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul : “Pengaruh *Responsiveness, Personal Selling* Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Studio Photo Dan Video Shooting Gemilang Photo Bangka Selatan”, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah ini dan disebut dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan hukuman yang berlaku”



## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

*“Dibalik perbuatan berpikirlah akibat positif dan negatif yang akan terjadi, kebahagiaan hakiki adalah keluarga”.*

### **SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK:**

- ❖ ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan ridhonya serta yang selalu memberikan perlindungan kepada setiap umatnya.
- ❖ Kedua orang tuaku (Sahimi Alm, Sapariah Alm) yang semasa hidupnya telah mendoakan serta berkerja keras untuk keberhasilan anaknya.
- ❖ Keluarga yang selama ini telah memberikan dukungan serta do'a dan motivasinya.
- ❖ Teman hidup yang telah memberikan semangat serta motivasinya selama ini.
- ❖ Kedua dosen pembimbing yang telah dengan ikhlas membimbing dan melungkan waktunya.
- ❖ Sahabat serta semua pihak yang telah turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Do'a , semangat nya, terimah kasih.
- ❖ Almamater kebanggan, Universitas Bangka Belitung.

## ABSRACK

***Sapradona. 302 11 11 042. The effect of Responsiveness, Personal Selling, And Product Quality of the customers loyalty on the studio photo and video shooting Gemilang Photo Bangka Selatan.***

*This is quantitative descriptive research with respondents as much as 97 respondents. The sampling technique method was using nonprobability sampling and incidental sampling. In this research, independent variable consist of responsiveness, personal selling and product quality whereas dependent variable is customers loyalty. Instrument testing was using validity test and reliability test. The data analysis method was using multiple linear regression analysis, t test, f test and determination coefficient ( $R^2$ ). The research result has shown that independent variable X1 can be found  $t_{count} (3,990) > t_{tabel} (1,66071)$ , variable X2  $t_{count} (3,931) > t_{tabel} (1,66071)$ , variable X3  $t_{count} (5,450) > t_{tabel} (1,66071)$ . So all of variable X (independent) has influenced partially to variable Y (dependent). F test result has shown  $F_{count} (57,263) > F_{tabel} (2,70)$ . While significant is  $0,000 < \alpha < 0,05$ , so  $H_0$  denied and  $H_a$  is accepted that means the independent variable ( responsiveness, personal selling and product quality) together or simultaneously has influenced dependent variable (customers loyalty) positively and significantly. The determination coefficient analysis result ( $R^2$ ) has shown that independent variable ( responsiveness, personal selling and product quality) has influenced dependent variable as much as 63,7% and remains as much as 36,3% that be influenced by other variabel out of the research.*

***Keywords: Responsiveness, Personal Selling, And Product Quality***

## ABSTRAK

### **Sapradona. 302 11 11 042. Pengaruh Responsiveness, Personal Selling Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Studio Photo Dan Video Shooting Gemilang Photo Bangka Selatan.**

Studio photo dan video shooting gemilang photo bergerak dalam bidang fotografi. Yang melatar belakangi penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana responsiveness, personal selling dan kualitas produk mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan pada Studio Photo Dan Video Shooting Gemilang Photo Bangka Selatan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan responden sebanyak 97 responden, metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* dan *incidental sampling*. Dalam penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari *Responsiveness*, *Personal Selling* dan kualitas produk, sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas pelanggan. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan metode analisis data yang digunakan yaitu analisis linear berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian variabel independen (X1) diperoleh  $T_{hitung} (3,990) > T_{tabel} (1,66071)$ , variabel (X2)  $T_{hitung} (3,931) > T_{tabel} (1,66071)$ , variabel (X3)  $T_{hitung} (5,450) > T_{tabel} (1,66071)$ , dalam penelitian ini menunjukkan semua variabel X (*independen*) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (*dependen*). Hasil uji F menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (57,263) > F_{tabel} (2,70)$ , sedangkan signifikansi adalah  $0,000 <$  dari taraf signifikansi 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel *independen* (*responsiveness*, *personal selling* dan kualitas peroduk) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel *dependen* (loyalitas pelanggan) secara positif dan signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel *independen* (*responsiveness*, *personal selling*, dan kualitas produk) mempengaruhi variabel *dependen* (loyalitas pelanggan) sebesar 63,7% dan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

**Kata kunci : Responsiveness, Personal Selling, Kualitas Peroduk Dan Loyalitas Pelanggan.**

## **KATA PENGANTAR**

Dengan menyebut nama ALLAH yang maha pengasih dan maha penyayang , Puji dan syukur atas rahmat dan karunia ALLAH SWT yang telah dilimpahkan kepada junjungan besar nabi Muhamad, SAW, serta umatnya. Dengan itu penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan perkuliahan dan untuk mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kelemahan dan kekurangan. Tak luput juga dari berbagai kendala yang menghalang, namun berkat bimbingan, bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak yang terlibat dan atas ridho ALLAH SWT kendala yang ada dapat dilewati. Alhamdulillah atas ridhoMU.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada bapak H. Sumar, S.E.,M.M selaku pembimbing utama dan kepada ibu Dian Prihardini Wibawa, S.E., M.M selaku pembimbing pendamping, atas keikhlasannya, kesabaran, kebaikan, kemurah hatiannya yang telah memberikan banyak masukan serta arahan dalam upaya menyelesaikan skripsi ini. Kepada bapak H.Sumar dan ibu Dian Prihardini Wibawa terima kasih yang sebanyak-banyaknya, semoga selalu dalam lindungan serta rahmat yang kuasa.



Penulis juga menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Muh. Yusuf, M.Si selaku rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr Reniati, S.E.,M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Bapak M. Tanggung, S.E.,M.Si Selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Bapak/ibu dosen pengajar serta staf yang ada dilingkungan universitas bangka belitung.
5. Keluarga serta sahabat yang memberikan dukungan serta do'anya

Atas segala kelemahan dan kekurangan dalam penyelesaian skripsi ini, penulis menerima saran serta kritiknya dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk banyak pihak. Akhir kata dengan kerendahan hati dan segala kekurangan semoga kita selalu dalam lindungan maha kuasa ALLAH SWT, amin.

Balunijuk, Juni 2017

Penulis

Sapradona

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSRTAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Batasan Masalah .....	13
1.4. Tujuan Penelitian .....	13
1.5. Manfaat Penelitian .....	14
1.6. Sistematika Penelitian .....	15
<b>BAB II   LANDASAN TEORI .....</b>	<b>17</b>
2.1. Pengertian Manajemen.....	17

2.1.1 Pengertian pemasaran .....	17
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	18
2.2. <i>Responsiveness</i> .....	18
2.2.1. pengertian <i>responsiveness</i> .....	18
2.2.2. dimensi <i>responsiveness</i> .....	19
2.3. <i>Personal Selling</i> .....	20
2.3.1. Pengertian <i>Personal Selling</i> .....	20
2.3.2. Tujuan <i>Personal Selling</i> .....	21
2.3.3. Prinsip-Prinsip <i>Personal Selling</i> .....	22
2.3.4. Ciri-Ciri <i>Personal Selling</i> .....	25
2.4. Kualitas Produk .....	26
2.4.1. Pengertian Kualitas Produk .....	26
2.4.2. Atribut produk .....	27
2.4.3. Tingkatan produk .....	28
2.4.4. Dimensi kualitas produk .....	28
2.5. Loyalitas Pelanggan .....	29
2.5.1. Pengertian Loyalitas .....	29
2.5.2. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	30
2.5.3. Manfaat Loyalitas Pelanggan .....	31
2.5.4. Tahap-Tahap Loyalitas Pelanggan .....	31
2.5.5. Konsep Loyalitas Pelanggan .....	34
2.6. Penelitian Terdahulu .....	35
2.7. Kerangka Berpikir .....	38

2.7.1. Hubungan <i>Responsiveness</i> dengan Loyalitas Pelanggan	39
2.7.2. Hubungan <i>Personal Selling</i> dengan Loyalitas Pelanggan	39
2.7.3. Hubungan kualitas produk dengan Loyalitas Pelanggan	40
2.7.4. Hubungan <i>Responsiveness</i> , <i>Personal Selling</i> , Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelangga .....	40
2.8. Hipotesis .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1. Pendekatan Penelitian.....	42
3.2. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	42
3.3. Populasi Dan Sampel.....	43
3.3.1. Populasi.....	43
3.3.2. Sampel .....	43
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	44
3.4.1. Data Primer.....	44
3.4.2. Data Skunder .....	46
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.6. Tehnik Analisis Data .....	49
3.6.1. Analisis Deskriptif dan verifikatif .....	49
3.6.2. Uji Validitas .....	51
3.6.3. Uji Reliabilitas .....	52
3.6.4. Uji Asumsi Klasik .....	52
3.6.5. Uji Regresi Linear Berganda .....	53
3.6.6. Uji Hipotesis .....	54

3.6.7. Analisis Koefisien Determinasi .....	55
<b>BAB IV HASILDAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Gambaran objek penelitian.....	56
4.1.1 Sejarah Singkat Studio Photo Dan Video Shooting Gemilang Photo .....	56
4.1.2 Maksud Dan Tujuan Studio Photo Dan Video Shooting Gemilang Photo.....	56
4.1.3 visi dan misi.....	57
4.2 Karakteristik Responden.....	57
4.3 Distribusi Tanggapan Responden.....	60
4.3.1 Variabel <i>Responsiveness</i> (X1).....	60
4.3.2 Variabel <i>Personal Selling</i> (X2).....	65
4.3.3 Variabel kualitas produk (X3).....	70
4.3.4 Variabel loyalitas pelanggan (Y).....	75
4.4. Uji Instrumen Penelitian .....	79
4.4.1 Uji Validitas.....	79
4.4.2 Uji Realibilitas.....	80
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	81
4.5.1 Uji Normalitas.....	81
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	83
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
4.7 Uji Parsial atau Uji t.....	86
4.8 Uji Simultan atau Uji F .....	89

4.9 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	90
4.10 Pembahasan Hasil.....	91
4.10.1 Hasil Deskriptif Variabel.....	91
4.10.2 Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap loyalitas pelanggan pada studio photo dan video shooting gemilang photo Bangka Selatan.....	91
4.10.3 Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap loyalitas pelanggan pada studio photo dan video shooting gemilang photo Bangka Selatan.....	94
4.10.4 Pengaruh kualitas produk Terhadap loyalitas pelanggan pada studio photo dan video shooting gemilang photo Bangka Selatan.....	96
4.10.5 Pengaruh <i>Responsiveness, Personal Selling, Dan Kualitas</i> Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Studio Photo Dan Video Shooting Gemilang Photo.....	98
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>100</b>
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

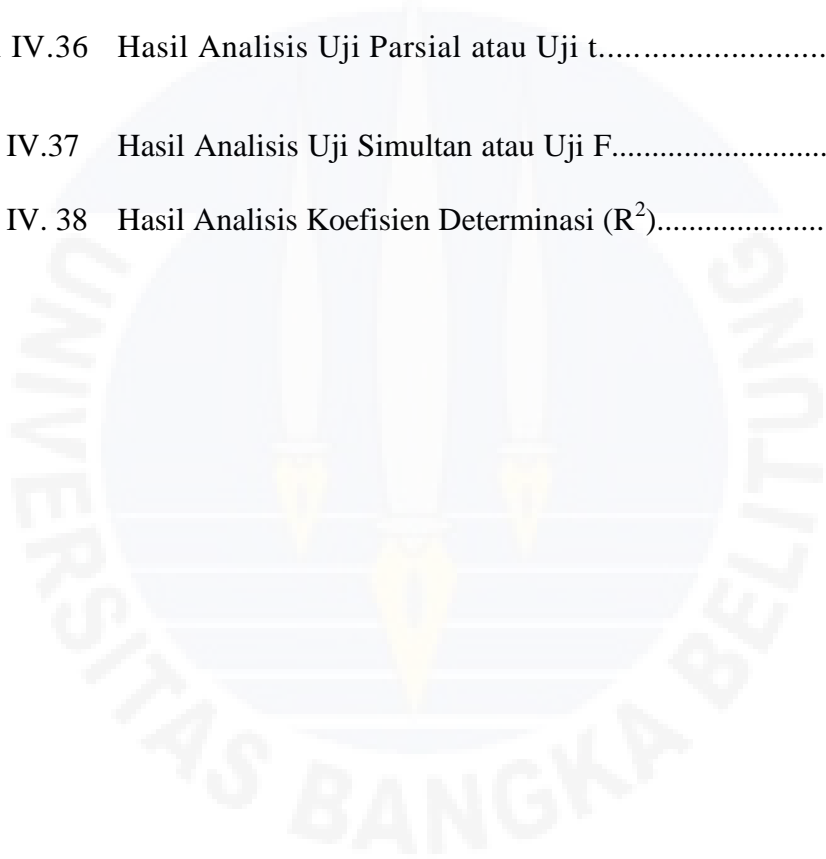
Tabel I.1.	Data Pengunjung Pada Studio photo dan Vidio Shooting Gemilang photo .....	7
Tabel 1.2	pengunjung yang datang kembali dengan sendirinya dan berdasarkan rekomendasi orang lain pada studio photo dan video shooting grmilang photo.....	8
Tabel 1.3	realisasi penjualan personal selling.....	9
Tabel I.4.	data penjualan pada studio photo dan video shooting gemilang photo.....	10
Tabel I.5.	Hasil Kuesioner Pra Penelitian .....	11
Tabel II.1.	Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel III.1.	Skala Pengukuran Variabel .....	46
Tabel III.2.	Definisi Operasional Variabel .....	48
Tabel III.3.	Kategori Skor .....	51
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	58
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel IV.4	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, <i>Responsiveness</i> , respon terhadap pelanggan (X1).....	60
Tabel IV.5	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, <i>Responsiveness</i> , pelayanan yang cepat(X1).....	61

Tabel IV.6	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, <i>Responsiveness</i> , pelayanan dengan tepat (X1).....	62
Tabel IV.7	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden <i>Responsiveness</i> , pelayanan dengan cermat (X1).....	63
Tabel IV.8	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden <i>Responsiveness</i> , melayani dengan waktu yang tepat (X1).....	63
Tabel IV.9	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden <i>Responsiveness</i> , respon terhadap keluhan pelanggan (X1).....	64
Tabel IV.10	Rata-rata Penilaian Konsumen Terhadap <i>Responsiveness</i> (X1).	65
Tabel IV.11	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, <i>personal selling</i> , mencari calon pelanggan (X2).....	65
Tabel IV.12	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden <i>Personal Selling</i> , Faktor Psikologis, Kepercayaan (X2).....	66
Tabel IV.13	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, <i>Personal Selling</i> , mengkomunikasikan (X2).....	67
Tabel IV.14	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden <i>Personal Selling</i> , menjual (X2).....	67
Tabel IV.15	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, <i>Personal Selling</i> , mengumpulkan informasi (X2).....	68
Tabel IV.16	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, <i>personal selling</i> , mengalokasikan (X2).....	69
Tabel IV.17	Rata-rata Penilaian Konsumen Terhadap <i>personal selling</i> (X2)...	69
Tabel IV.18	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, kualitas produk, kecepatan (X3).....	70



Tabel IV.19	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, kualitas produk, kemudahan(X3).....	71
Tabel IV.20	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, kualitas produk, perlengkapan (X3).....	71
Tabel IV.21	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, kualitas produk, fasilitas (X3).....	72
Tabel IV.22	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, kualitas produk, kerusakan (X3).....	73
Tabel IV.23	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, kualitas produk, kegagalan (X3).....	73
Tabel IV.24	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, kualitas produk, operasi standar (X3).....	74
Tabel IV.25	Rata-rata Penilaian Konsumen Terhadap kualitas produk (X3)...	75
Tabel IV.26	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, Loyalitas Pelanggan, kesetiaan terhadap pembelian produk (Y).....	75
Tabel IV.27	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, Loyalitas Pelanggan, tidak ingin menggunakan produk lain (Y).....	76
Tabel IV.28	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, Loyalitas Pelanggan, saran kepada pihak lain (Y).....	77
Tabel IV.29	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, Kesadaran Pelanggan, keyakinan terhadap kualitas produk (Y).....	77
Tabel IV.30	Hasil Penelitian Deskriptif Tanggapan Responden, loyalitas Pelanggan (Y).....	78

Tabel IV.31	Rata-rata Penilaian Konsumen Terhadap loyalitas pelanggan (Y).....	79
Tabel IV.32	Hasil Uji Validitas.....	80
Tabel IV.33	Hasil Uji Realibilitas.....	81
Tabel IV.34	Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	84
Tabel IV.35	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	85
Tabel IV.36	Hasil Analisis Uji Parsial atau Uji t.....	87
Tabel IV.37	Hasil Analisis Uji Simultan atau Uji F.....	89
Tabel IV. 38	Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	90



## Daftar Gambar

Gambar I.1.	Studio photo dan video shooting gemilang photo .....	6
Gambar II.1.	Kerangka Berpikir .....	38
Gambar IV. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Gambar IV. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	59
Gambar IV. 3	Karakteristik Resonden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Gambar IV. 4	Hasil Pengujian Normalitas dengan Menggunakan Grafik...	82
Gambar IV. 5	Hasil Pengujian Normalitas dengan Menggunakan Grafik Plot.....	83

## Daftar Lampiran

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Hasil output SPSS

