ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Service Recovery, Price Discount and Loyalty Program towards consumer satisfaction of Choki-Choki in Sidoarjo, data collection tools in this study using questionnaires and documentation, samples from This research is a number of 105 respondents. Sampling techniques in this study were conducted with the technique of Cluster Sampling (Area Sampling).

Results of the T test coefficient value regression (1) The result of the Service Recovery variable Thitung value (X1) amounted to 3.118 with a significance value of 0.002 so (0.002 < 0.05). Regression coefficient (2) result of Thitung variable value Price Discount of 3.961 with significance value of 0.000 so (0.000 < 0.05). Regression coefficient (3) result of the value of Thitung variable Loyalty Program T-Count of 2.177 with a significance value of 0.032 so (0.032 < 0.05). The test result F shows the value of Fcalculate of 9.620 with a significance value of 0.000 so (0.000 < 0.05).

Key words : Service Recovery, Price Discount, Loyalty Program, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Service Recovery*, *Price Discount* dan *Loyalty Program* Terhadap Kepuasan Konsumen Choki-Choki Di Sidoarjo, alat pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan dokumentasi, sampel dari penelitian ini adalah sejumlah 105 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Cluster Sampling* (Area Sampling).

Hasil dari uji t nilai koefisien regresi (1) Hasil dari nilai t_{hitung} variabel *Service Recovery* (X_1) sebesar 3,118 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 sehingga (0,002 < 0,05). Koefisien regresi (2) Hasil dari nilai t_{hitung} variabel *Price Discount* sebesar 3,961 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga (0,000 < 0,05). Koefisien regresi (3) Hasil dari nilai t_{hitung} variabel *Loyalty Program* $t\text{-}_{hitung}$ sebesar 2,177 dengan nilai signifikansi sebesar 0,032 sehingga (0,032 < 0,05). Hasil uji f menunjukan nilai F_{hitung} sebesar sebesar sebesar 9,620 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga (0,000 < 0,05).

Kata kunci: ***Service Recovery, Price Discount, Loyalty Program, Kepuasan Konsumen***

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	**i**
LEMBAR PERSETUJUAN	**ii**
HALAMAN PENGESAHAN	**iii**
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	**iv**
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	**v**
KATA PENGANTAR	**vi**
ABSTRACT	**viii**
ASBTRAK	**ix**
DAFTAR ISI	**X**
DAFTAR TABEL	**xiii**
DAFTAR GAMBAR	**xiv**
DAFTAR LAMPIRAN	**xv**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Manfaat Penelitian 5

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu 7
2.2 Landasan Teori 11
2.2.1 Pengertian Pemasaran 11
2.2.2 *Service Recovery* 14
2.2.3 *Price Discount* 17
2.2.4 *Loyalty Program* 21
2.2.5 Kepuasan Konsumen 23
2.3 Kerangka Konseptual 25
2.4 Hipotesis 28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian 31
3.2 Populasi,Sampel,dan Teknik Pengambilan Sampel 33
3.2.1 Populasi 33
3.2.2 Sampel 33
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel 34
3.3 Jenis dan Sumber Data 37
3.4 Teknik Pengumpulan Data 38
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .. 40
3.6 Teknik Analisis data 43
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian 44
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik 45
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda 47
3.6.4 Pengujian Hipotesis 49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data Penelitan 51
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 51
4.1.2 Struktur Organisasi 53
4.2 Deskripsi Penelitian 53
4.2.1 Karakteristik Responden 54
4.2.2 Distribusi Frekuensi 55
4.3 Analisis Data Penelitan 60
4.3.1 Pengujian Instrumen Penelitian 60
4.3.2 Uji Asumsi Klasik 63
4.3.3 Analisis Regresi Berganda 67
4.3.4 Pembuktian Hipotesis 71
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 74
4.4.1 Pembahasan Profil Perusahaan 74

BAB V SIMPULAN DAN SARAN
5.1 Simpulan.....77
5.2 Saran.....78

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
3.1	Data Area Responden	35
3.2	Skala Likert	39
3.3	Pengukuran Autokorelasi	47
4.1	Klasifikasi Jenis Kelamin	54
4.2	Klasifikasi Umur	55
4.3	Distribusi Frekuensi Variabel *Service Recovery*	56
4.4	Distribusi Frekuensi Variabel *Price Discount*	57
4.5	Distribusi Frekuensi Variabel *Loyalty Program*	58
4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen	59
4.7	Uji Validitas	61
4.8	Uji Reliabilitas	63
4.9	Uji Normalitas	64
4.10	Uji Multikolonieritas	65
4.11	Uji Autokorelasi	66
4.12	Analisis Regresi Berganda	68
4.13	Interpretasi Koefisien Korelasi	70
4.14	Uji T Parsial	71
4.15	Uji F	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

2.1 Kerangka Konseptual 27
3.1 Kerangka Rancangan Penelitian 32
4.1 Uji Heterokedastisitas 67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Bimbingan Skripsi
Lampiran 2 : Daftar Bimbingan Revisi Skirpsi
Lampiran 3 : Daftar Hadir Sempro
Lampiran 4 : Kuesioner
Lampiran 5 : Tabulasi Data & Data Responden
Lampiran 6 : Hasil Olah Data SPSS