

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SB (STUDI KASUS KOTA BOGOR)**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

DODI SUPRIYADI
NIM: 2411807149



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SB (STUDI KASUS KOTA BOGOR)**

Oleh:

Nama : DODI SUPRIYADI
NIM : 2411807149
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 19 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Maya Andini Kartikasari, SP., MM

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH.



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SB (STUDI KASUS KOTA BOGOR)**

Oleh:

Nama : DODI SUPRIYADI
NIM : 2411807149
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 19 Agustus 2022
Waktu : 13.00 – 14.30 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Penguji I : Eko Wahyu Widayat, S.Si., SE., MM (.....)
Penguji II : Nuryani Susana, S.Pd., SH., MH (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dodi Supriyadi
NIM : 24118071749
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3201271809970002
Alamat : Kp.Ciletuh RT/RW 005/008, Kelurahan Ciderum,
Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor, Jawa Barat

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan SB (Studi Kasus Kota Bogor) ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 19 Agustus 2022

DODI SUPRIYADI

ABSTRAK

DODI SUPRIYADI. NIM 2411807149. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan SB Bogor (Studi Kasus Kota Bogor).

Perusahaan *start up* dikenal juga dengan sebutan perusahaan rintisan. Istilah ini digunakan untuk menyebut perusahaan yang baru berdiri atau berjalan kurang dari 5 tahun. Istilah *start up* kemudian mengalami pergeseran secara kontras seiring dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi oleh para perusahaan rintisan sejak tahun 2000-an. Perusahaan *start up* tidak hanya mencakup perusahaan yang baru berjalan. Istilah ini juga disematkan pada perusahaan yang menggunakan teknologi sebagai bisnis intinya.

Salah satu perusahaan *start up* adalah SB Bogor yang dalam usahanya melakukan inovasi dalam aktifitas pasarnya, akan tetapi masih ada hal-hal yang perlu ditingkatkan lagi oleh SB Bogor agar bisa bertahan lama dan tidak tergantikan oleh perusahaan kompetitor, maka dari itu peneliti tertarik untuk membantu dalam menyelesaikan masalah ini. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan SB Bogor (Studi Kasus Kota Bogor).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan SB Bogor di Kota Bogor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *Proportionate Stratified Random Sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 34,50% faktor-faktor kepuasan pelanggan SB Bogor dijelaskan oleh harga, promosi, kualitas pelayanan dan kualitas produk sedangkan sisanya 66,50% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan Uji F menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari harga, promosi, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SB Bogor dengan hasil analisis $F_{hitung} = (14,040) > F_{tabel} = (2,467)$. Hasil Uji t menunjukkan variabel harga hasil analisis $t_{hitung} (0,445)$ dimana $t_{tabel} (1,985)$ maka secara parsial variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel promosi menunjukkan hasil $t_{hitung} (2,377)$, kualitas pelayanan $(2,471)$ dan kualitas produk $(2,515)$, dimana $t_{tabel} (1,985)$ maka secara parsial variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan SB Bogor. Bisa dijelaskan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan SB Bogor adalah kualitas produk.

Kata kunci: harga, promosi, kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

DODI SUPRIYADI. NIM 2411807149. *The Influence of Price, Promotion, Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction of SB Bogor (Case Study of Bogor City).*

Start-up companies are used to refer to a company that has just been established or has been running for less than 5 years. The term start-up then experienced a contrasting shift along with the increasing use of technology by startup companies since the 2000s. Start-up companies don't just include start-up companies. This term is also applied to companies that use technology as their core business.

*One of the start-up companies is SB Bogor which in its efforts to innovate in its market activities, but there are still things that need to be improved again by SB Bogor so that it can last a long time and cannot be replaced by competing companies, therefore researchers are interested in helping in solve this problem. Therefore, the authors are interested in conducting research with the title *Influence of Price, Promotion, Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction of SB Bogor (Case Study of Bogor City)**

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price, promotion, service quality and product quality on customer satisfaction of SB Bogor in The city of Bogor. The type of research used is quantitative research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection was done by means of proportional stratified random sampling. The sample is 100 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test showed that 51,20% of the purchasing decision factors of SB Bogor in Bogor City were explained by price, promotion, product quality and store location, while the remaining 49.80% was explained by other factors not examined in this study. While the F test shows that the independent variables consisting of price, promotion, service quality and product quality simultaneously have a positive and significant effect on the SB Bogor customer satisfaction in Bogor City with the results of the analysis $F_{count} = (14,040) > F_{table} = (2,467)$. The results of the t test showed that the price variable from the analysis of $t_{count} (0.445)$ where $t_{table} (1.985)$ then partially the variable does not significantly affect customer satisfaction. While the promotion variable shows the results of $t_{count} (2,377)$, service quality (2,471) and product quality (2,515), where $t_{table} (1.985)$ then partially these variables have a significant effect on customer satisfaction of SB Bogor. It can be explained that the most dominant variable affecting SB Bogor customer satisfaction is product quality.

Keywords: price, promotion, service quality, product quality, customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Keberhasilan penulis dalam melakukan penelitian dan menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan SB (Studi Kasus Kota Bogor)”** tak lepas dari dukungan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih setulus-tulusnya terutama kepada berbagai pihak berikut ini:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE, M.Sc.MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Ibu Maya Andini Kartikasari, SP., MM sebagai pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingannya, arahan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat dengan mudah menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Adang Sugandi dan Ibu Dena Hidayah yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.

8. Rekan-rekan mahasiswa kelas khususnya angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu, penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, dimasa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 19 Agustus 2022
Penulis,

DODI SUPRIYADI
NIM: 2411807149

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Rumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian	4
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Sistematika Penulisan	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2. Pengertian Bauran Pemasaran	7
2.1.3. Kepuasan Pelanggan.....	8
2.1.4. Konsep Harga	11
2.1.5. Konsep Promosi	14
2.1.6. Konsep Kualitas Pelayanan	17
2.1.7. Konsep Kualitas Produk.....	19
2.2. Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Berpikir	27
2.4. Hipotesis	29
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.2. Jenis dan Metode Penelitian	30
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.3.1. Populasi	31
3.3.2. Teknik Sampling dan Sampel	32
3.4. Teknik Pengumpulan Data	33
3.5. Definisi Operasional Variabel	33
3.5.1. Variabel Bebas	34
3.5.2. Variabel Terikat	35

3.6. Teknik Analisis Data	37
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	37
3.6.2. Persamaan Regresi	39
3.6.3. Uji Kualitas Data	40
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	42
3.6.5. Uji Hipotesis.....	43
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil penelitian	47
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	47
4.1.2. Karakteristik Responden	47
4.1.3. Tanggapan Responden	49
1. Harga (X_1)	49
2. Promosi (X_2)	51
3. Kualitas Pelayanan (X_3)	52
4. Kualitas Produk (X_4)	54
5. Kepuasan Pelanggan (Y)	56
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	57
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reliabilitas	60
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	60
1. Uji Normalitas	60
2. Uji Multikolinieritas	61
3. Uji Heteroskedastisitas	62
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	63
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	63
2. Hasil Uji F (Simultan)	64
3. Koefisien Determinasi	65
4. Hasil Uji t (Parsial)	66
5. Pengaruh Dominan	67
4.2. Pembahasan	67
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	70
5.2. Saran	70
 DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	30
Tabel 3.2. Skala Likert	31
Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.4. Skala dan Angka Penafsiran	38
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	47
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Variabel Harga	49
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Variabel Promosi	51
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	52
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	54
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	56
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	58
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	58
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	58
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	59
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	59
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.13. Hasil Uji Multikolonieritas (Tolerance & VIF)	62
Tabel 4.14. Hasil Uji Regresi Berganda	63
Tabel 4.15. Hasil Uji F (Uji Simultan)	66
Tabel 4.16. Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.17. Hasil Uji t (Uji Parsial)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Berpikir Penelitian	28
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas	61
Gambar 4.2. Hasil Uji Hetersokedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	74
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian.....	79
Lampiran 3. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Reliabilitas)	80
Lampiran 4. Hasil Output SPSS (Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis)	86
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	89
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup.....	90
Lampiran 7. Surat Keterangan Penelitian	91
Lampiran 8. Tabel F	92
Lampiran 9. Tabel t	93