

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BC HNI HALAL MART CIKARANG SELATAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

PUTRI PUSPITA SARI
NIM: 2411806777



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BC HNI HALAL MART CIKARANG SELATAN**

Oleh:

Nama : PUTRI PUSPITA SARI
NIM : 2411806777
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 10 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Mei Iswandi, SE., MM

Menyetujui,
Ketua Program Studi Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici

Prof. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BC HNI HALAL MART CIKARANG SELATAN**

Oleh:

Nama : PUTRI PUSPITA SARI
NIM : 2411806777
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 10 Agustus 2022
Waktu : 11:20 – 12:40

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Rizal Bakti, SE, MM

Anggota I : Aldi Friyatna Dira, SE, MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.SI, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : PUTRI PUSPITA SARI

NIM : 2411806777

Program Studi : Manajemen

Nomor KTP : 3216196706000004

Alamat : Perumahan Cikarang Permai Blok E No 16, RT/RW 005/004,

Kel: Ciantra, Kec: Cikarang Selatan, Bekasi, Jawa Barat

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan 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 peneliti.

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, 10 Agustus 2022



PUTRI PUSPITA SARI

ABSTRAK

PUTRI PUSPITA SARI. NIM 2411806777. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan BC HNI Halal Mart Cikarang Selatan.

Bisnis dalam bidang produk-produk herbal merupakan salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini. Kondisi ini juga dipengaruhi oleh meningkatnya masyarakat yang mulai sadar dan beralih dari produk yang biasanya mengandung bahan kimia ke produk-produk yang sudah terjamin kehalalannya dan bebas kandungan bahan kimia. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang memproduksi produk-produk herbal, hal tersebut menyebabkan persaingan pasar semakin ketat. Maka dari itu, jika perusahaan ingin mempertahankan keunggulan dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek apa saja yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk bisa membedakan produk yang dijual di perusahaan tersebut dengan produk pesaing.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan BC HNI Halal Mart Cikarang Selatan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden yang merupakan pelanggan dari BC HNI Halal Mart Cikarang Selatan.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 58,8% faktor-faktor kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh promosi, kualitas pelayanan dan harga sedangkan sisanya 41,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil analisis t_{hitung} (2,626) dan variabel harga menunjukkan hasil analisis t_{hitung} (6,879) dimana t_{tabel} (1,660) maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan BC HNI Halal Mart Cikarang Selatan. Adapun variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan BC HNI Halal Mart Cikarang Selatan dengan nilai hasil analisis t_{hitung} (0,277). Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel promosi, kualitas pelayanan dan harga secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil analisis yaitu nilai F_{hitung} (48,139) > F_{tabel} (2,70). Variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan BC HNI Halal Mart Cikarang Selatan adalah harga.

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

ABSTRACT

PUTRI PUSPITA SARI. NIM 2411806777. *Effect of Promotion, Service Quality and Price on Customer Satisfaction BC HNI Halal Mart South Cikarang.*

The business in the field of herbal products is one of the businesses that is growing today. This condition is also influenced by the increasing number of people who are starting to realize and switch from products that usually contain chemicals to products that are guaranteed halalness and are free of chemical content. Therefore, many companies produce herbal products, this makes the market competition more intense. Therefore, if the company wants to maintain an advantage in the market, the company must understand what aspects are needed by customers to be able to distinguish the products sold at the company from competitors' products

This study aims to determine and analyze the effect of promotion, service quality and price on customer satisfaction at BC HNI Halal Mart South Cikarang. This study uses an explanatory type of research through a questionnaire as a data collection method. Multiple linear analysis was used as a data analysis model in this study. Sample selection was done by accidental sampling. The sample used is BC HNI Halal Mart South Cikarang customers, totaling 100 respondents.

The sample is 100 respondents who are customers. The results of the regression test show that 58.8% of customer satisfaction factors can be explained by promotion, service quality and price, while the remaining 41.2% is explained by other factors not examined in this study. While the results of the t test show that the service quality variable shows the results of the tcount analysis (2,626) and the price variable shows the results of the tcount analysis (6.879) where ttable (1.660) then partially these two variables have a positive and significant effect on customer satisfaction BC HNI Halal Mart South Cikarang. The promotion variable has no positive and significant effect on customer satisfaction BC HNI Halal Mart South Cikarang with the value of the analysis result tcount (0.277). The results of the F test show that the promotion, service quality and price variables simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction with the results of the analysis, namely the value of Fcount (48.139) > F table (2.70). The dominant variable influencing customer satisfaction of BC HNI Halal Mart South Cikarang is price.

Keywords: promotion, service quality, price, customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga peneliti tuturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat yang beralih kepada produk-produk herbal yang sudah terjamin kehalalannya dan memperkenalkan salah satu bisnis center yang menawarkan produk-produk halal. Oleh karena itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui apa yang membuat masyarakat beralin kepada produk-produk herbal ini.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang banyak kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE, MAP selaku ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altit Dianawati, S. Si, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Mei Iswandi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi 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. Ibu Evi Supiarti selaku pemilik BC HNI Halal *Mart* Cikarang Selatan yang telah memberi izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
8. Ayahanda Mulyono Pono serta Ibunda Musi Hastuti tercinta dan Septian Dwi Saputra adik tersayang yang telah memberikan Do'a dan berbagai dukungan kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan perkuliahan dan skripsi dengan baik.
9. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama dengan peneliti menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
10. Sahabat-sahabat peneliti Miftahul Jannah dan Dienul Aqidatul Izzah yang telah membantu, saling menyemangati dan berjuang bersama-sama mengerjakan skripsi dengan peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

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

Depok, 10 Agustus 2022
Peneliti,



PUTRI PUSPITA SARI
NIM: 2411806777

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	6
1.7. Sistematika Penulisan	7

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2. Promosi.....	10
2.1.3. Kualitas Pelayanan	12
2.1.4. Harga	15
2.1.5. Kepuasan Pelanggan	17
2.2. Penelitian Terdahulu.....	20
2.3. Kerangka Konseptual	22
2.4. Hipotesis	23

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
3.2. Jenis Penelitian	24
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.3.1. Populasi	25
3.3.2. Sampel	25
3.4. Teknik Pengumpulan Data	26
3.5. Definisi Operasional Variabel	27
3.5.1. Variabel Bebas	27
3.5.2. Variabel Terikat.....	31
3.6. Teknik Analisis Data	33
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran.....	33
3.6.2. Persamaan Regresi	34
3.6.3. Uji Kualitas Data	35
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	38
3.6.5. Uji Hipotesis.....	39

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	43
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.2. Karakteristik Responden	46
4.1.3. Tanggapan Responden	49
1. Promosi (X_1).....	49
2. Kualitas Pelayanan (X_2)	52
3. Harga (X_3)	55
4. Kepuasan Pelanggan (Y)	57
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data.....	60
1. Uji Validitas	60
2. Uji Reliabilitas.....	63
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Uji Normalitas	64
2. Uji Heteroskedastisitas	66
3. Uji Multikolinieritas	67
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	67
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	67
2. Hasil Uji t (parsial)	69
3. Hasil Uji f (simultan)	69
4. Koefisien Determinasi.....	70
5. Pengaruh Dominan	71
4.2. Pembahasan	71

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA	76
----------------------	----

LAMPIRAN	78
----------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1.	Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	24
Tabel 3.2.	Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.3.	Angka Penafsiran	34
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden	47
Tabel 4.2.	Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi.....	49
Tabel 4.3.	Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan	52
Tabel 4.4.	Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	55
Tabel 4.5.	Tanggapan Responden Atas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	57
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	60
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	61
Tabel 4.8.	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	62
Tabel 4.9.	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	63
Tabel 4.10.	Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.11.	Hasil Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4.12.	Hasil Uji Regresi Berganda	68
Tabel 4.13.	Hasil Uji t.....	69
Tabel 4.14.	Hasil Uji f.....	70
Tabel 4.15.	Koefisien Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Pelanggan Tahun 2020 dan 2021.....	3
Gambar 1.2. Data Penjualan Tahun 2020 dan 2021.....	4
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	22
Gambar 4.1. Struktur Pimpinan PT HPAI	46
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas.....	65
Gambar 4.3. Dependent Variabel Kepuasan Pelanggan	65
Gambar 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	78
Lampiran 2. Kuesioner.....	79
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	84
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	86
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	97
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup.....	98
Lampiran 7. Tabel t, F dan r.....	99