

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN
MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Kasus pada Pelanggan TOKO RABBANI)**

SKRIPSI

**RAHAYU MUTIA SARI
2113000463**



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MINAT
BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Kasus pada Pelanggan Toko Rabbani)**

SKRIPSI

**RAHAYU MUTIA SARI
2113000463**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
INTERVENING
(Studi Kasus pada Pelanggan Toko Rabbani)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi Lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 9 Maret 2020



RAHAYU MUTIA SARI
NPM 2113000463

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
INTERVENING
(Studi Kasus pada Pelanggan Toko Rabbani)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Imelda Aprileny, SE, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 9 Maret 2020

Menyetujui
Pembimbing,



Imelda Aprileny, SE, ME

Mengetahui
Kepala Prodi S-1 Manajemen,




Muhammad Ramaditya, BBA., M.SC

#Aa 08/12/2020



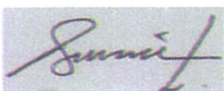

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI
INTERVENING
(Studi Kasus pada Pelanggan Toko Rabbani)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 8 April 2020 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Kepala Prodi S-1 Manajemen)
2.  ; Imelda Aprileny, SE, ME
(Pembimbing)
3.  ; Dr. Dian Surya Sampurna S.E, M.M
(Penguji)
4.  ; Drs. Hamdani M.Syah, MBA
(Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wataala atas berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Imelda Aprileny, S.E, M.E selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu dan kesabaran untuk memberikan arahan dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu selaku dosen penguji yang memberikan arahan dan kritikan yang bersifat membangun sehingga hasil skripsi dapat dikoreksi dan disempurnakan dengan baik.
3. Bapak Drs, Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
4. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
5. Bapak Drs. Ridwan Marongrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
6. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Cholid dan Ibu Rosdiati, yang selalu mendukung saya dan setia mendengarkan keluh kesah saya. Terima kasih telah memberikan kasih sayang dan do'a yang tak pernah berhenti untuk saya selama proses mengerjakan skripsi yang panjang dan melelahkan ini..
7. Kepada malaikat kecil saya Sakinah Alifah Mafaza yang selalu jadi motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini dan penyemangat hidup saya, terima kasih nak sudah hadir di hidup bunda.
8. Kepada abang kandung saya Ruri Permadi, Rizka, dan adik kandung saya Reiza Nur Afni. Terima kasih banyak atas segala dukungannya selama ini baik secara materil, moril, kasih sayang, perhatian dan do'a.

9. Sahabat kecil saya Nurul Upik Fatma dan Rike Anggraeni. Terima kasih sudah mendukung dan meluangkan waktu untuk saya. .
10. Sahabat saya Novia Anggraini yang mau mendengarkan berbagi cerita hidup dengan saya agar menjadi lebih baik lagi.
11. Teman – teman bulutangkis Pb Rosobin yang telah mendukung, memberikan semangat untuk saya menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada teman dan sahabat yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti sangat menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangan dan kelemahan baik secara penulisan maupun yang lainnya. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan penelitian ini.

Jakarta, 9 Maret 2020



RAHAYU MUTIA SARI
NPM 2113000463

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahayu Mutia Sari
NPM : 2113000463
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Non eksklusif *Non exclusive Royalty- Free Right*** atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Kasus pada Pelanggan Toko Rabbani)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 9 Maret 2020

Yang menyatakan,



Rahayu Mutia Sari

Rahayu Mutia Sari NPM 2113000463 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Imelda Aprileny, SE, ME
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL <i>INTERVENING</i> (Studi Kasus pada Pelanggan Toko Rabbani)	
<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dengan minat beli sebagai variabel <i>intervening</i> dengan studi kasus pada toko Rabbani.. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli di Toko Rabbani dan minimal sudah pernah membeli produk Rabbani 1x atau lebih. Pengambilan sampel menggunakan metode <i>purposive sampling</i> dengan pembulatan sebanyak 96 responden dengan cara menyebarkan kuesioner. Penelitian ini menggunakan perhitungan computer dengan program SPSS (<i>Statistical Program For Social Scienced</i>) versi 25.0</p> <p>Hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa : (1) Kualitas produk memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap minat beli (2) Promosi memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap minat beli (3) Minat beli memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (4) Kualitas produk memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (5) Promosi memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (6) Minat beli merupakan variabel <i>intervening</i> antara pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. (7) Minat beli bukan merupakan variabel <i>intervening</i> antara pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan.</p>	
<i>Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Kepuasan pelanggan dan Minat Beli</i>	

Rahayu Mutia Sari NPM 2113000463 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Imelda Aprileny, SE, ME
<i>THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION OF CUSTOMER SATISFACTION WITH INTEREST IN BUYING AS AN INTERVENING VARIABLE (Case Study at Rabbani Shop Customer)</i>	
<p>ABSTRACT</p> <p><i>This study aims to determine the effect of product quality and promotion on customer satisfaction with buying interest as an intervening variable with case studies at Rabbani stores. The population in this study are customers who have bought at Rabbani Stores and have at least bought Rabbani products 1x or more. Sampling used a purposive sampling method with rounding of 96 respondents by distributing questionnaires. This study uses computer calculations with the SPSS (Statistical Program For Social Sciences) version 25.0</i></p> <p><i>The results of the discussion can be concluded that: (1) Product quality has a direct and significant influence on buying interest (2) Promotion has a direct and significant influence on buying interest (3) Buying interest has a direct and significant effect on customer satisfaction (4) Product quality has direct and significant influence on customer satisfaction (5) Promotion has a direct and significant influence on customer satisfaction (6) Buying interest is an intervening variable between the influence of product quality on customer satisfaction. (7) Buying interest is not an intervening variable between the effect of promotion on customer satisfaction.</i></p>	
<p>Keywords: Product Quality, Promotion, Customer Satisfaction and Purchase Interest</p>	

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	15
2.2.1. Pemasaran	15
2.2.2. Kualitas Produk	15

	Halaman
2.2.3. Promosi.....	17
2.2.4. Kepuasan Pelanggan	18
2.2.5. Minat Beli	19
2.3. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	20
2.3.1. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli.....	20
2.3.2. Pengaruh promosi terhadap minat beli.....	21
2.3.3. Pengaruh minat beli terhadap kepuasan pelanggan	21
2.3.4. Pengaruh kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan	22
2.3.4. Pengaruh promosi berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan	22
2.3.5. Pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui minat beli sebagai <i>intervening</i>	22
2.3.7. Pengaruh tidak langsung promosi terhadap kepuasan pelanggan melalui minat beli sebagai <i>intervening</i>	23
2.4. Pengembangan Hipotesis	23
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian.....	24
BAB III METODA PENELITIAN.....	25
3.1. Strategi Penelitian	25
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.2.1. Populasi penelitian	25
3.2.2. Sampel penelitian	25
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	26
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	27
3.5. Metoda Analisis Data.....	32
3.5.1. Metoda pengolahan data.....	32
3.5.2. Metoda penyajian data.....	32
3.5.3. Analisis statistik data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	36
4.1.1. Visi dan Misi Toko Rabbani	36

4.2. Deskripsi Responden	37
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	39
4.3.1. Hasil Uji validitas	39
4.3.2. Uji reliabiliats.....	42
4.4. Analisis Koefisien Determinasi	43
4.4.1. Analisis koefisien determinasi parsial.....	43
4.4.2. Analisis koefisien determinasi berganda	45
4.5. Uji Hipotesis	46
4.6. Hasil Pengujian Path Analysis	50
4.7. Pembahasan Hasil	51
4.7.1. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli.....	51
4.7.2. Pengaruh promosi terhadap minat beli.....	52
4.7.3. Pengaruh minat beli terhadap kepuasan pelanggan	52
4.7.4. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan	52
4.7.5. Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan	53
4.7.6. Pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui minat beli sebagai variabel intervening.	53
4.7.7. Pengaruh tidak langsung promosi terhadap kepuasan pelanggan melalui minat beli sebagai variabel intervening.	54
4.8. Temuan Hasil Penelitian	54
4.8.1. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli.....	54
4.8.2. Pengaruh promosi terhadap minat beli.....	55
4.8.3. Pengaruh minat beli terhadap kepuasan pelanggan	55
4.8.4. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan	56
4.8.5. Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan	56
4.8.6. Pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui minat beli sebagai variabel intervening.	56
4.8.7. Pengaruh tidak langsung promosi terhadap kepuasan pelanggan melalui minat beli sebagai variabel intervening.	57

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1.	Simpulan	58
5.2.	Saran	59
5.3.	Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	60
	DAFTAR REFERENSI	61
	LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Top Brand fasion muslim tahun 2017	3
Tabel 3.1. Pemberian Skor untuk jawaban kuesioner berdasarkan skala likert	27
Tabel 3.2. Indikator dan sub indikator variabel penelitian.....	28
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden	38
Tabel 4.4. Validitas instrumen per butir variabel kualitas produk (X_1)	39
Tabel 4.5. Validitas instrumen per butir variabel promosi (X_2)	40
Tabel 4.6. Validitas instrumen per butir variabel kepuasan pelanggan (Y)	41
Tabel 4.7. Validitas instrumen per butir variabel minat beli (Z)	41
Tabel 4.8. Hasil uji reliabilitas	42
Tabel 4.9. Koefisien parsial kualitas produk terhadap minat beli	43
Tabel 4.10. Koefisien parsial promosi terhadap minat beli	43
Tabel 4.11. Koefisien parsial minat beli terhadap kepuasan pelanggan	44
Tabel 4.12. Koefisien parsial kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan	44
Tabel 4.13. Koefisien parsial promosi terhadap kepuasan pelanggan	45
Tabel 4.14. Koefisien determinasi berganda persamaan struktural 1	45
Tabel 4.15. Nilai R square regresi 2	46
Tabel 4.16. Hasil uji hipotesis untuk pengaruh langsung (persamaan struktural 1)	47
Tabel 4.17. Hasil uji hipotesis untuk pengaruh langsung (persamaan struktural 2)	48
Tabel 4.18. Hasil perhitungan tidak langsung	49
Tabel 4.19. Hasil uji path analysis	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	24
Gambar 3.1. Model Diagram Jalur	34
Gambar 4.1. Diagram Jalur kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dengan minat beli sebagai variabel <i>intervening</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	63
Lampiran 2. Rekapitulasi Data.....	68
Lampiran 3. Hasil Olah Data	73
Lampiran 4. Surat Pernyataan Riset	84
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	85