

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS DI COFFEEOGRAPHY SALEMBA)**

SKRIPSI

**JORDI DWIPUTRA
2114000482**



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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS DI COFFEEOGRAPHY SALEMBA)**

SKRIPSI

**JORDI DWIPUTRA
2114000482**



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

**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, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS DI COFFEEOGRAPHY SALEMBA)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) 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 di cantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 14 November 2020



Jordi Dwiputra

2114000482

PERSETUJUAN PEMBIMBING

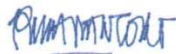
Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI *COFFEOGRAPHY* JAKARTA PUSAT
(STUDI KASUS DI *COFFEOGRAPHY* SALEMBA)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Gatot Prabantoro, SE., MM 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, 14 November 2020

Pembimbing



Gatot Prabantoro, SE., MM

Kepala Program Studi S1 Manajemen

Muhammad Raditya, BBA., Msc

#ACC 22/12/2020




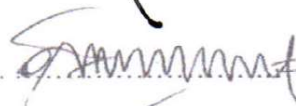
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS DI COFFEEOGRAPHY SALEMBA)

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 10 September 2020 dengan nilai A-

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA., Msc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : Gatot Prabantoro, SE., MM
(Pembimbing)
3.  : Drs. H. Imron HR., MM
(Anggota Penguji)
4.  : Farmansyah Maliki, SE., MM
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, pesyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

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

1. Bapak Gatot Prabantoro, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. H. Imron HR., MM dan Bapak Farmansyah Maliki, SE., MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Bapak Dr. M. Anhar, SE., M.Si., Ak., CA selaku penasehat akademik yang telah membantu dalam jadwal kuliah dan nasihat yang diberikan selama berkuliah di STEI.
6. Segenap dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang diberikan serta bimbingannya selama melaksanakan studi. . Alm Bapak Sutondo dan
7. Kedua orang tua peneliti yang tiada henti memberikan doa, dan telah membiayai kuliah hingga selesai serta sumber motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak RM. Famor Kertapati selaku owner dari COFFEEOGRAPHY karena sudah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian sehingga membantu peneliti dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.

9. Seluruh karyawan COFFEEOGRAPHY yang membantu proses perizinan hingga pengambilan data yang dibutuhkan peneliti.

10. Reno Novianto dan Windi Vinata selaku saudara kandung saya, yang memberikan bantuan doa, informasi dan dukungan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Axcel Rusdiana Julianto, Dimas Aldrianto serta seluruh sahabat-sahabat terdekat yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Fotocopy Dekat kampus karena sudah memberikan harga yang murah sehingga dapat membantu pencetakan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 14 November 2020



Jordi Dwiputra

2114000486

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Jordi Dwiputra
NPM : 2114000482
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS DI COFFEEOGRAPHY SALEMBA)

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 : 14 November 2020

Yang menyatakan,



Jordi Dwiputra

<p>Jordi Dwiputra NPK 2114000482 Program Studi S-1 Manajemen</p>	<p>Dosen Pembimbing: Gatot Prabantoro, SE., MM</p>
<p style="text-align: center;">PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS DI COFFEEOGRAPHY SALEMBA)</p>	
<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen di COFFEEOGRAPHY. Populasi penelitian ini adalah para pengunjung di COFFEEOGRAPHY. Strategi penelitian ini adalah asosiatif. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan menggunakan teknik pengambilan sampel Simple Random Sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Analisis data dilakukan dengan metode SEM-PLS dengan menggunakan software SmartPLS 3.0.</p> <p>Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0.371 atau 37.1%. Pada variabel Harga memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0.306 atau 30.6%. Pada variabel Promosi memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0.209 atau 20.9%.</p>	
<p><i>Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kepuasan Konsumen.</i></p>	

<p>Jordi Dwiputra NPK 2114000482 <i>Study Program : Bachelor Degree of Management</i></p>	<p><i>Academic Adviser :</i> Gatot Prabantoro, SE., MM</p>
<p>THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION OF CUSTOMER SATISFACTION (STUDY AT COFFEEOGRAPHY SALEMBA)</p>	
<p><i>ABSTRACT</i></p> <p><i>This study aims to determine the effect of Product Quality, Price and Promotion on Consumer Satisfaction at COFFEEOGRAPHY. The study population was visitors to COFFEEOGRAPHY. This research strategy is associative. Data collection techniques through questionnaires using simple random sampling technique, with a total sample of 100 respondents. Data analysis was performed using the SEM-PLS method using SmartPLS 3.0 software.</i></p> <p><i>The results of this study indicate that product quality has an influence on the variable Customer Satisfaction of 0.371 or 37.1%. The price variable has an influence on the variable Customer Satisfaction of 0.306 or 30.6%. The promotion variable has an influence on the variable Customer Satisfaction of 0.209 or 20.9%.</i></p>	
<p><i>Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Consumer Satisfaction.</i></p>	

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Kualitas Produk.....	12
2.2.1.1. Definisi Kualitas Produk.....	12
2.2.1.2. Tingkatan Kualitas Produk	13
2.2.1.3. Indikator Kualitas Produk	14
2.2.1.4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk ...	16
2.2.2. Harga.....	18
2.2.2.1. Definisi Harga.....	18
2.2.2.2. Metode Penetapan Harga	19

2.2.2.3. Indikator Harga	20
2.2.3. Promosi	21
2.2.3.1. Definisi Promosi	21
2.2.3.2. Tujuan Promosi.....	22
2.2.3.3. Indikator Promosi.....	22
2.2.4. Kepuasan Konsumen	23
2.2.4.1. Definisi Kepuasan Konsumen.....	23
2.2.4.2. Strategi Kepuasan Konsumen	24
2.2.4.3. Indikator Untuk Mengukur Kepuasan Konsumen	25
2.3. Keterkaitan Antar Variabel	26
2.3.1. Keterkaitan antara Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	26
2.3.2. Keterkaitan antara Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.3.3. Keterkaitan antara Promosi (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	26
2.4. Hipotesis Penelitian	27
2.4.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
BAB III METODA PENELITIAN.....	29
3.1. Strategi Penelitian	29
3.2. Populasi Dan Sampel Penelitian	29
3.2.1. Populasi Penelitian.....	29
3.2.2. Sampel Penelitian	30
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	30
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	31
3.5. Metode Analisis Data	34
3.5.1. Metode Pengolahan Data.....	34
3.5.2. Metode Analisis Data.....	34
3.5.3. Metode Analisis Statistik.....	34
3.5.3.1. <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	35

3.5.3.2. Analisis Inner Model	35
3.5.3.3. Pengujian Hipotesis	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Deskripsi Profil Perusahaan	38
4.2. Deskripsi Responden.....	39
4.3. Rekapitulasi Data Kuesioner	40
4.3.1. Deskripsi Data Kualitas Produk	40
4.3.2. Deskripsi Data Harga	41
4.3.3. Deskripsi Data Promosi.....	41
4.3.4. Deskripsi Data Kepuasan Konsumen.....	42
4.4. Analisis Data Hasil Penelitian.....	42
4.4.1. <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	43
4.4.2. Analisis Inner Model.....	51
4.4.3. Uji Hipotesa Pengaruh Langsung.....	53
4.4.4. <i>Path Coeffisient 2</i>	55
4.4.5. Pembahasan Hasil Penelitian	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1. Simpulan.....	58
5.2. Saran.....	58
5.3. Keterbatasan Penelitian Dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	59
DAFTAR REFERENSI	60
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Tabel Indikator Penelitian	31
Tabel 3.2 Bobot Alternatif Jawaban Responden	33
Tabel 4.1 Deskripsi Responden.....	39
Tabel 4.2 <i>Loading Factor</i>	43
Tabel 4.3 <i>Loading Factor</i>	46
Tabel 4.4 <i>Loading Factor</i>	48
Tabel 4.5 <i>Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity</i>	50
Tabel 4.6 <i>Composite Reliability</i>	51
Tabel 4.7 Model Fit.....	52
Tabel 4.8 <i>R Square</i>	52
Tabel 4.9 <i>Direct Effect</i>	54
Tabel 4.10 <i>Direct Effect</i>	54
Tabel 4.11 <i>Direct Effect</i>	55
Tabel 4.12 Hasil Hipotesis	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1. Skala <i>Likert</i> Variabel Kualitas Produk	40
Gambar 4.2 Skala <i>Likert</i> Variabel Harga	41
Gambar 4.3 Skala <i>Likert</i> Variabel Promosi.....	41
Gambar 4.4 Skala <i>Likert</i> Variabel Kepuasan Konsumen.....	42
Gambar 4.5 Hasil Pengolahan Data Tahap 1	43
Gambar 4.6 Hasil Pengolahan Data Tahap 2.....	45
Gambar 4.7 Hasil Pengolahan Data Tahap 3.....	47
Gambar 4.8 Pengujian Hipotesis	53
Gambar 4.9 Hasil pengolahan data <i>Path Coefficient 2</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 2. Tabulasi.....	69
Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup.....	73