

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI
HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UMKM
PISANG NUGGET BOOGIE DI BEKASI UTARA**

SKRIPSI

**GUSTY CHANDRA NURYAMAN
2114000355**



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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI
HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UMKM
PISANG NUGGET BOOGIE DI BEKASI UTARA**

SKRIPSI

**GUSTY CHANDRA NURYAMAN
2114000355**



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

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UMKM PISANG NUGGET BOOGIE DI BEKASI UTARA

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana 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, September 2020

MATERAI 6000

Gusty Chandra Nuryaman

NPM 2114000355

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH STRESS KERJA, MOTIVASI KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KEPUASAN KERJA DI PT. HUSNAN PUTRA MANDIRI

dibuat untuk melengkapi sebagian pernyataan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Muhammad Ramaditya MBA, M,Sc dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 02 September 2020

Pembimbing

Kepala Program Studi S-1
Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA.,M,Sc



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc


HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi dengan judul :

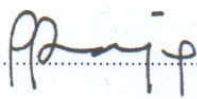
PENGARUH STRESS KERJA, MOTIVASI KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KEPUASAN KERJA DI PT. HUSNAN PUTRA MANDIRI


telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 20 September 2020 dengan nilai A-

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  : Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc
(Pembimbing)

3.  : Dr. Meita Pragiwani, MM
(Anggota Penguji)

4.  : Ir. Ginanjar Syamsuar, M.E
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

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

Karya ilmiah 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 Muhammad Ramaditya., BBA., MSc. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. 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 (STEI).
4. Bapak Dr. Anhar, M.Sc., SE., Ak., CA selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Pisang Nugget Boogie karena sudah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian sehingga membantu peneliti dalam usaha memperoleh data yang peneliti
8. Kedua orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk Saudara kandung saya kaka Tyara Putri Utami yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang membangkitkan saya untuk terus berjuang.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

11. My Support System I Nyoman, Nawami, Cut Nazela, Aufar, Ichsan, Yosep,
Amoy, Samuel, Wildan

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

Jakarta, 10 September 2020

GUSTY CHANDRA NURYAMAN
NPM 2114000355

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : GUSTY CHANDRA NURYAMAN
NPM : 2114000355
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UMKM PISANG NUGGET BOOGIE DI BEKASI UTARA

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 Karya Ilmiah 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 : September 2020

Yang menyatakan,

ttd

Gusty Chandra Nuryaman

Gusty Chandra Nuryaman
NPM : 2114000355
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Muhammad Ramaditya., BBA., MSc.

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UMKM PISANG NUGGET BOOGIE DI BEKASI UTARA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen UMKM Pisang Nugget Di Bekasi Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang merupakan salah satu jenis analisis multivariat dalam ilmu sosial. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Pisang Nugget Boogie. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Alat analisis yang digunakan adalah *software* WarpPLS 5.0 yang merupakan versi terbaru dan baru diluncurkan pada tahun 2015.

Hasil penelitian dengan WarpPLS menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai koefisien sebesar 32%. Variabel Persepsi Harga (X_2) Tidak terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai koefisien sebesar 6,2%. Variabel Promosi (X_3) terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai koefisien sebesar 56,5%. Variabel Kualitas Pelayanan (X_4) terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai koefisien sebesar 56,5%.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y), Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Persepsi Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y), Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Promosi (X_3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Dan Terdapat Pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_4) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Gusty Chandra Nuryaman
NPM : 2114000355
Program Studi S-1 Manajemen

Advisory Lecturer :
Muhammad Ramaditya., BBA., MSc.

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION,
PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER
SATISFACTION OF PISANG NUGGET BOOGIE MSME IN BEKASI
UTARA***

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price perception, promotion and service quality on consumer satisfaction of Banana Nugget UMKM in North Bekasi. The method used in this research is the analysis method of Structural Equation Modeling (SEM) which is one type of multivariate analysis in social science. The population in this study were all consumers of Banana Nugget Boogie. The sample in this study were 96 respondents. The analysis tool used is the WarpPLS 5.0 software which is the latest version and was released in 2015.

The results of research with WarpPLS show that the Product Quality variable (X1) has an influence on customer satisfaction (Y) with a coefficient value of 32%. Price Perception Variable (X2) There is no influence on Customer Satisfaction (Y) with a coefficient value of 6.2%. Promotion variable (X3) has an influence on consumer satisfaction (Y) with a coefficient value of 56.5%. The Service Quality variable (X4) has an influence on Customer Satisfaction (Y) with a coefficient value of 56.5%.

Based on the results of the research that has been done, it can be concluded that there is a positive and significant influence between Product Quality (X1) on Customer Satisfaction (Y), There is no positive and significant influence between Price Perception (X2) on Consumer Satisfaction (Y), There is a positive influence. and significant between Promotion (X3) on Customer Satisfaction (Y) and there is a positive and significant influence between Service Quality (X4) on Customer Satisfaction (Y).

Keywords: Product Quality, Perception Price, Service Quality, Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Landasan Teori	15
2.2.1. Pemasaran.....	15
2.2.2. Perilaku Konsumen	15
2.2.3. Kualitas Produk.....	18
2.2.4. Persepsi Harga	20
2.2.5. Promosi.....	22

2.2.6. Kualitas Pelayanan.....	25
2.2.7. Kepuasan Konsumen.....	31
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian.....	33
2.3.1. Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	33
2.3.2. Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	34
2.3.3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	35
2.3.4. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	36
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	36
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	37
BAB III METODA PENELITIAN.....	39
3.1. Strategi Penelitian.....	39
3.2. Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1. Populasi penelitian.....	39
3.2.2. Sampling dan sampel penelitian.....	39
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	40
3.3.1. Data Primer	40
3.3.2. Data Sekunder	41
3.3.3. Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4. Operasionalisasi Variabel	42
3.5. Metoda Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	49
4.2. Deskripsi Responden	49
4.2.1. Profil Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2.2. Profil Berdasarkan Usia.....	50
4.2.3. Profil Berdasarkan Lokasi Tempat Tinggal.....	51
4.2.4. Profil Berdasarkan Pendidikan.....	52
4.2.5. Profil Berdasarkan Pekerjaan.....	52
4.3. Uji Model Pengukuran.....	53
4.3.1. <i>Convergent Validity Test</i>	53

4.3.2.	<i>Discriminant Validity Test</i>	55
4.3.3.	Reliability Test	56
4.4.	Uji Model Struktural	57
4.4.1.	Model Fit Indicator	57
4.4.2.	<i>R-Squared</i>	58
4.4.3.	<i>Effect Size</i>	59
4.5.	Uji Hipotesis	59
4.5.1.	Pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	60
4.5.2.	Pengaruh antara Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	60
4.5.3.	Pengaruh antara Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	61
4.5.4.	Pengaruh antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	61
4.6.	Temuan Hasil Penelitian	62
4.6.1.	Pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	62
4.6.2.	Pengaruh antara Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	63
4.6.3.	Pengaruh antara Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	63
4.6.4.	Pengaruh antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	63
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1.	Simpulan	64
5.2.	Saran	65
5.3.	Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	65
DAFTAR REFERENSI	66
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Tabel Skala <i>Likert</i>	41
Tabel 3.2. Variabel Operasional.....	42
Tabel 3.3. Istilah dalam PLS	44
Tabel 3.4. <i>Rule of Thumb</i>	45
Tabel 3.5. Syarat Model <i>Fit Indicator</i>	46
Tabel 3.6. Kriteria Evaluasi Model Struktur	46
Tabel 4.1. Hasil <i>Loading Factor</i> Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 4.2. Hasil <i>Loading Factor</i> Variabe Persepsi Harga	54
Tabel 4.3. Hasil <i>Loading Factor</i> Variabel Promosi	54
Tabel 4.4. Hasil <i>Loading Factor</i> Variabel Kualitas Pelayanan.....	55
Tabel 4.5. Hasil <i>Loading Factor</i> Variabel Kepuasan Konsumen	55
Tabel 4.6. Hasil Nilai <i>Square Roots Of Average Variances Extracted</i>	56
Tabel 4.7. Hasil <i>Composite Reliability</i>	56
Tabel 4.8. Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>	57
Tabel 4.9. Hasil Model Fit Indicator	58
Tabel 4.10. Hasil R-Square	59
Tabel 4.11. Hasil <i>Effect Size</i>	59
Tabel 4.12. Hasil <i>Path Coefficients dan p-values</i>	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Kualitas Pelayanan.....	26
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Penelitian	38
Gambar 2.3. Dasar pengambilan keputusan p-value.....	47
Gambar 4.1. Data Responden berdasarkan jenis kelamin.....	50
Gambar 4.2. Data Responden berdasarkan usia.....	51
Gambar 4.3. Data Responden berdasarkan Wilayah usaha.....	51
Gambar 4.4. Data Responden berdasarkan Pendidikan	52
Gambar 4.5. Data Responden berdasarkan Jumlah Karyawan	53
Gambar 4.6. Hasil penelitian menggunakan WarpPLS 5.0	62

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 2. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X_1).....	74
Lampiran 3. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga (X_2)	75
Lampiran 4. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Promosi (X_3)	76
Lampiran 5. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X_4).....	77
Lampiran 6. Tabel Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	78
Lampiran 7. Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X_1).....	79
Lampiran 8. Hasil Kuesioner Variabel Persepsi Harga (X_2)	81
Lampiran 9. Kuesioner Variabel Promosi (X_3).....	84
Lampiran 10. Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X_4).....	86
Lampiran 11. Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	88
Lampiran 12. Hasil Tabulasi Skor Variabel (X_1 , X_2 , X_3 , Dan Y).....	90
Lampiran 13. Surat Keterangan Riset.....	92
Lampiran 14. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	93