

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Kedai Kopi Syahdu Rawamangun)**

SKRIPSI

**WINNE LENDI SARI PRATAMA
2114000319**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Kedai Kopi Syahdu Rawamangun)**

SKRIPSI

**WINNE LENDI SARI PRATAMA
2114000319**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Kedai Kopi Syahdu Rawamangun)**

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, 16 September 2019



WINNE LENDI SARI PRATAMA
NPM 2114000319

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Kedai Kopi Syahdu Rawamangun)**

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 Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc 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, 16 September 2019

Pembimbing,



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

Kepala Prodi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc

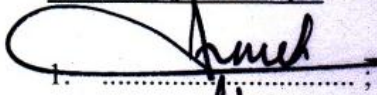

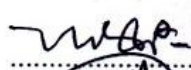

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Kedai Kopi Syahdu Rawamangun)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 16 September 2019 dengan nilai A- .

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Drs. Sumitro, M.Sc (Kepala Prodi S-1 Manajemen)
2.  ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc (Pembimbing)
3.  ; Doddi Prastuti, SE., MBA (Anggota Penguji 1)
4.  ; Joko Bagio S, SE., MM (Anggota Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, 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 Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak/Ibu selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA, selaku ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ).
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc, selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
6. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan sampai penulis menyelesaikan *study*.
7. Untuk kedua orang tua tercinta yang tidak pernah putus memberikan doa,dan banyak memberikan dorongan,motivasi,maupun materil kepada peneliti hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.juga segenap keluarga besar yang selalu memberikan kasih sayang dan kesabaran yang luar biasa serta dukungan materil maupun moril sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk Sahabat-sahabat penulis okta,irham,bayu,dita,titah,desi,ros,nunu,sesa yang telah memberi semangat dan pengalaman dalam penyusunan skripsi ini.
9. Untuk suami penulis Kristian yang selalu memberikan motivasi dan semangat selama penyusunan skripsi ini.

10. Untuk teman-teman seperjuangan Fitri, Dwi, Rina, Olla, Kak Iin, yang samasama memberikan motivasi dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Untuk anakku tersayang Cantika Syafa Arabella yang memberikan semangat untuk mommy selama penyusunan skripsi ini.
12. Untuk Tim kedai syahdu terimakasih banyak sudah mengizinkan saya penelitian di kedai syahdu sampai selesai penelitian.

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

Jakarta, 16 September 2019



WINNE LENDI SARI PRATAMA
NPM 2114000319

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Winne Lendi Sari Pratama
NPM : 2114000319
Program Studi : S-1 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 skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Kedai kopi Syahdu)

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 : 16 September 2019

Yang menyatakan,



Winne Lendi Sari Pratama

Winne Lendi Sari Pratama
NPK: 2114000319
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
M.Ramaditya,BBA,.M.Sc

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Kedai Kopi Syahdu)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Syahdu.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang ke kedai syahdu. Jumlah sampel 100 responden dengan *simple random sampling*. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis jalur. Alat analisis yang digunakan adalah *SmartPLS 3.0*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Kemudian variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel promosi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi, dan
Kepuasan Konsumen**

Winne Lendi Sari Pratama
NPK: 2114000319
Manajemen program study S-1

Advisors:
M.Ramaditya,BBA.,M.Sc

**THE INFLUENCE TO QUALITY OF SERVICE,PRODUCT
QUALIT,AND PROMOTION OF CUSTOMER SATISFACTION
(Case study at syahdu coffee shop Rawamangun)**

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the direct and indirect effects of service quality, product quality, and promotion of consumer satisfaction at Syahdu Coffee Shop.

This study uses primary data by distributing questionnaires, the population in this study were consumers who came to the Syahdu shop. The number of samples was 100 respondents with simple random sampling. The data analysis of this study used path analysis. The analytical tool used is SmartPLS 3.0.

The results of this study indicate that the variable service quality (X1) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y). Then the product quality variable (X2) has a positive and significant effect on customer satisfaction. Promotion variable (X3) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y). so it can be said that service quality, product quality, and promotion have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Promotion, and Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah Pokok penelitian.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat penbelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. Pengertian manajemen Pemasaran.....	10
2.2.2. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	11
2.2.3. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
2.2.4. Pengertian Kualitas Produk.....	19
2.2.5. Pengertian Promosi.....	21
2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	23
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	24

2.5. Kerangka Konseptual Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1. Strategi dan Metode Penelitian.....	26
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.2.1. Populasi Penelitian.....	26
3.2.2. Sampel Penelitian.....	26
3.3. Data dan Metode Pengumpulan.....	28
3.3.1. Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	27
3.5. Analisis Statistik Data.....	32
3.5.1. Evaluasi Model.....	34
3.5.2. Pengujian Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.2. Deskripsi Responden.....	37
4.3. Analisis Data.....	39
4.3.1. Uji Validitas.....	40
4.3.2. Uji Reabilitas.....	43
4.3.3. Struktural Model (<i>Inner Model</i>).....	44
4.3.4. Hasil Bootstrapping.....	46
4.3.5. Pengujian Hipotesis.....	50
4.3.6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1. Simpulan.....	53
5.2. Saran.....	53
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	54
5.4. Pengembangan Peneliti Selanjutnya.....	54
DAFTAR REFERENSI.....	55
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Nilai Skor Skala Likert	28
Tabel 3.2. Indikator Penelitian	29
Tabel 3.3. Klasifikasi Nilai R^2	34
Tabel 3.4. Klasifikasi Nilai Q^2	34
Tabel 3.5. Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 3.6. Usia Responden.....	38
Tabel 3.7. Pendidikan Responden.....	38
Tabel 3.8. Pekerjaan Responden	38
Tabel 3.9. Penghasilan Responden.....	38
Tabel 4.1. <i>Loadings factor</i>	41
Tabel 4.2. <i>Discriminant Validity</i>	42
Tabel 4.3. Nilai <i>Average Variance Extracted(AVE)</i>	43
Tabel 4.4. Nilai <i>Composite Reliability (CR)</i>	44
Tabel 4.5. <i>Cronbach's Alpha (CA)</i>	44
Tabel 4.6. Nilai <i>R-squared</i>	45
Tabel 4.7. Korelasi XI dengan Y	46
Tabel 4.8. Korelasi X2 dengan Y.....	46
Tabel 4.9. Korelasi X3 dengan Y	46
Tabel 4.10. <i>Path Coefficients</i>	50
Tabel 4.11. Kesimpulan Hasil Hipotesis.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Negara Produksi Kopi Terbesar	1
Gambar 2.1. Dimensi Pemasaran Holistik	11
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Penelitian	25
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Pelayanan.....	39
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk.....	40
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Promosi	40
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Kepuasan Konsumen	40
Gambar 4.5. Hasil Bootstrapping	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 2. Tabulasi Skor Variabel Kualitas pelayanan (X_1).....	62
Lampiran 3. Tabulasi Skor Variabel Kualitas Produk (X_2).....	65
Lampiran 4. Tabulasi Skor Variabel Promosi (X_3).....	68
Lampiran 5. Tabulasi Skor Variabel Kepuasan konsumen (Y)	71
Lampiran 6. Nilai <i>Outer Loadings</i>	74
Lampiran 7. Nilai <i>Cross Loadings</i>	75
Lampiran 8. Nilai <i>Construc Reliability and Validity</i>	76
Lampiran 9. Total <i>Effects</i>	77
Lampiran 10. Surat Keterangan Riset.....	78
Lampiran 11. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	79