

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
YANG DI MEDIASI OLEH PROSES KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Bubur Mayong Kelapa Gading)**

SKRIPSI

MUTIARA DEWI SYAHDA CARISSA

21180000362



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA
2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
YANG DI MEDIASI OLEH PROSES KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Bubur Mayong Kelapa Gading)**

SKRIPSI

MUTIARA DEWI SYAHDA CARISSA

21180000362



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

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
YANG DI MEDIASI OLEH PROSES KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Bubur Mayong Kelapa Gading)**

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

Jakarta, September 2022



Mutiara Dewi S. C.

NPM 21180000362

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
YANG DI MEDIASI OLEH PROSES KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Bubur Mayong Kelapa Gading)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Rama Chandra, SE., ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat skripsi pada program stidi S-1 Manajemen Sekolah Tinngi Ilmu Ekonimi Indonesia, Jakarta.


Jakarta, September 2022

Pembimbing,



Rama Chandra, SE., ME

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Dr. Muhammad Ramaditya, BBA., Msc.




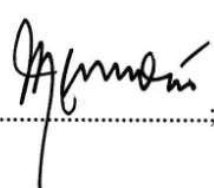
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
YANG DI MEDIASI OLEH PROSES KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Bubur Mayong Kelapa Gading)**

telah diuji dalam suatu sidang Skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal 21 September 2022 dengan nilai A-

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Dr. Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Rama Chandra, SE., ME
(Pembimbing)
3. ; Dr. Ir. Meita Pragiwani., MM
(Dosen penguji I)
4. ; Drs. Budiono., M.Sc
(Dosen penguji II)

KATA PENGANTAR

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

Skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat teratasi. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Rama Chandra, SE., ME selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, pikiran dan tenaga untuk mengarahkan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
3. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
4. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini,
5. Segenap Dosen di Program Studi S-1 manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang telah diberikan selama berkualiah
6. Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) beserta jajaran staff yang telah membantu dalam memberikan referensi dan memberi pinjaman buku selama proses penelitian skripsi ini.
7. Segenap keluarga besar (Ayah, Ibu, Sylviana, Ivan, tante -tante, para sepupu dan saudara-saudara) yang telah mendukung dengan doa dan semangat kepada peneliti.
8. Sahabat seperjuangan selama menempuh pendidikan di STEI Rawamangun Nuraisyah, Aini Yakiyah, Fauziah Nisa, Shania Ayu Sagita, Ilham, Annisa Zain, Falah Nuzila, Nurkhasanah, Jihan Widiarti, Utiya Fajriyah, Muhammad

Abthal Arrafdi, dan Rehan Fitriyanto yang selalu membantu dan menyemangati peneliti dalam pembuatan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi.

Jakarta,.... September 2022



Mutiara Dewi S. C.

NPM 21180000362

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Mutiara Dewi Syahda Carissa
NPM : 21180000362
Program Studi : S1 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 PELAYANAN, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
YANG DI MEDIASI OLEH PROSES KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Bubur Mayong Kelapa Gading)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap menyantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : September 2022

Yang menyatakan,



Mutiara Dewi Syahda Carissa

Mutiara Dewi Syahda Carissa
21180000362
Program studi S-1 MANAJEMEN

Dosen Pembimbing:
Rama Chandra, SE., ME

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG DI MEDIASI
OLEH PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Bubur Mayong Kelapa Gading)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi media sosial tiktok, kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan Bubur Ayam Mayong

Penelitian ini menggunakan strategi asosiatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bubur Ayam Mayong. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yaitu pelanggan yang telah mengkonsumsi Bubur Ayam Mayong 2022 berjumlah 100 responden. Dalam penelitian ini Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur dengan bantuan *software* WarpPLS 8.0.

Hasil penelitian menyimpulkan (1) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan toko Bubur Ayam Mayong. (2) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan toko Bubur Ayam Mayong konsumen. (3) Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan toko Bubur Ayam Mayong. (4) Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan toko Bubur Ayam Mayong (5) Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan pada pelanggan toko Bubur Ayam Mayong (6) Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pembelian pada pelanggan toko Bubur Ayam Mayong (7) Proses Keputusan pembelian tidak memediasi berpengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (8) Proses Keputusan pembelian memediasi berpengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan. (9) Proses Keputusan pembelian memediasi berpengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan
Pembelian, Kepuasan Pelanggan**

Mutiara Dewi Syahda Carissa
21180000362
Bachelor Of Management

Supervisor:
Rama Chandra, SE., ME

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PROMOTION AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION IN MEDIATION BY THE PURCHASE DECISION PROCESS
(Study on Consumers of Kelapa Gading Mayong Porridge)***

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of tiktok social media promotion, service quality, product quality on purchasing decisions mediated by customer satisfaction Bubur Ayam Mayong

This study uses an associative strategy. The data collection method used a questionnaire which was measured using a Likert scale. The population in this study were consumers of Chicken Mayong Porridge. The sampling method used purposive sampling technique with the criteria that the customers who had consumed the 2022 Mayong Chicken Porridge were 100 respondents. In this study, the data analysis technique used is path analysis with the help of WarpPLS 8.0 software.

The results of the study concluded (1) The quality of service has no effect on purchasing decisions for customers of the Mayong Chicken Porridge shop. (2) Service quality has no effect on customer satisfaction at the customer of the Mayong Chicken Porridge shop. (3) Promotion has an effect on purchasing decisions for the customer of the Mayong Chicken Porridge shop. (4) Product quality has an effect on purchasing decisions for customers of the Mayong Chicken Porridge shop (5) Purchasing decisions have an effect on customer satisfaction with customers of the Mayong Chicken Porridge shop (6) Product quality affects purchase satisfaction for customers of the Mayong Chicken Porridge shop (7) Decision Process purchase does not mediate the effect of service quality on customer satisfaction (8) The purchase decision process mediates the effect of promotion on customer satisfaction. (9) The purchase decision process mediates the effect of product quality on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Promotion, Purchase Decision, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2. Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.3. Kualitas Produk.....	13
2.1.4. Promosi.....	15
2.1.5. Proses Keputusan Pembelian.....	16
2.1.6. Kepuasan Konsumen.....	21
2.2. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	22
2.3. Keterkaitan Antarvariabel Penelitian.....	28

2.3.1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.....	28
2.3.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	29
2.3.3. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.....	29
2.3.4. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen.	29
2.3.5. Pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen.....	30
2.3.6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	30
2.4. Kerangka Pemikiran	31
2.5. Hipotesis.....	32
BAB III METODA PENELITIAN.....	33
3.1. Strategi Penelitian.....	33
3.2. Populasi dan Sampel.....	33
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	34
3.4. Operasionalisasi Variabel	35
3.5. Metoda Analisis Data.....	39
3.5.1. Statistik Deskriptif.....	39
3.5.2. Analisis Jalur.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	46
4.2. Analisis Statistika Deskriptif.....	46
4.2.1. Deskripsi Responden.....	46
4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden.....	46
4.3. Analisis Jalur (Path).....	54
4.3.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	54
4.3.2. Analisis Inner Model	56
4.3.3. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	58
4.3.4. Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	64

4.4. Rangkuman Hasil Penelitian	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1. Simpulan	67
5.2. Saran	68
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	68
DAFTAR REFERENSI	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Penilaian Skala Likert.....	35
Tabel 3. 2	Indikator dan Sub Indikator Kualitas Pelayanan.....	37
Tabel 3. 3	Indikator dan Sub Indikator Kualitas Produk.....	37
Tabel 3. 4	Indikator dan Sub Indikator Kualitas Promosi.....	37
Tabel 3. 5	Indikator dan Sub Indikator Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 3. 6	Indikator dan Sub Indikator Kepuasan Konsumen.....	38
Tabel 4.1	Deskripsi Responden	47
Tabel 4.2	Indeks Persepsi Kualitas Pelayanan	49
Tabel 4.3	Indeks Persepsi Promosi	50
Tabel 4.4	Indeks Persepsi Kualitas Produk	51
Tabel 4.5	Indeks Persepsi Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.6	Indeks Persepsi Kepuasan Konsumen	53
Tabel 4.7	Nilai Loading Factor.....	54
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.9	Diskriminant Validity	56
Tabel 4.10	Goodness Of Fit Model.....	57
Tabel 4.11	Koefisien Determinasi	57
Tabel 4.12	Koefisien Jalur Hipotesis 1	59
Tabel 4.13	Koefisien Jalur Hipotesis 2	60
Tabel 4.14	Koefisien Jalur Hipotesis 3	61
Tabel 4.15	Koefisien Jalur Hipotesis 4	62
Tabel 4.16	Koefisien Jalur Hipotesis 5	62
Tabel 4.17	Koefisien Jalur Hipotesis 6	63
Tabel 4.18	Efek Tidak Langsung Hipotesis 7	64
Tabel 4.19	Efek Tidak Langsung Hipotesis 8	64
Tabel 4.20	Efek Tidak Langsung Hipotesis 9	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4	Kerangka Berpikir.....	31
Gambar 4.1	Hasil Model Penelitian.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pengantar Kuisisioner.....	72
Lampiran 2	Data Sampel.	77
Lampiran 3	Tabulasi Kuisisioner.....	82
Lampiran 4	Output WarpPLS 8.0.....	88
Lampiran 5	Surat Pengantar Riset.....	93
Lampiran 6	Daftar Riwayat Hidup.....	94