

**PENGARUH *VARIATION PRODUCT*, *GREEN MARKETING*, DAN
DISCOUNT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KFC DI
LAWU PLAZA MADIUN**



SKRIPSI

Nama : Fira Niwayansari

NIM : 20415214

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

**PENGARUH *VARIATION PRODUCT*, *GREEN MARKETING*, DAN
DISCOUNT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KFC Di LAWU
PLAZA MADIUN**



SKIRPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi Sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Fira Niwayansari

NIM : 20415214

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
20242024**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Variation Product*, *Green Marketing*, dan *Discount*
terhadap Kepuasan Konsumen KFC di Lawu Plaza Madiun.

Nama : Fira Niwayansari

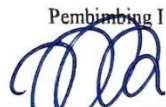
NIM : 20415214

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 12 Januari 2002

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk Menyusun skripsi pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo, 20 Juni 2024

Pembimbing I


Dr. Adi Santoso, SE., M.M
NIDN. 0727118803

Pembimbing II


Dr. Wijianto, SE., M.M
NIDN. 0726048505

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Hari Sumarsono, SE., M. Si

19760508200501 1002

Dosen Penguji

Ketua



(Dr. Adi Santoso, S.E., M.M)

NIDN. 0727118803

Sekretaris



(Fery Setiawan., S.E., M.M)

NIDN. 0720128904

Anggota



(Eka Destriyanto.P.A., S. AB., M.M)

NIDN. 0711128404

PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri, dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Intitusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya ataupendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 20 Juni 2024



Fira Niwayansari

NIM. 20415214

MOTTO

“Tidak perlu pesimis siapa tahu mungkin ada plot twist dari Allah SWT yang akan membuat taraf hidupmu naik drastis”

(Fira Niwayansari)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT, penulis persembahkan karya skripsi ini untuk :

Bapak dan Ibu, orang tua yang tanpa henti mendoakan, memberikan support, dan menulis dengan penuh kasih sayang, kesabaran dan tanpa pamrih demi masa depan.

Teruntuk orang terdekat saya terimakasih sudah menyalurkan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan studi S-1.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya karena atas izin-Nya lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Variation Product, Green Marketing* dan Discount Terhadap Kepuasan Konsumen KFC di Lawu Plaza Madiun”. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya masih terdapat kekurangan-kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Happy Susanto, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Krsitiyana, SE., MM selaku Kprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Bapak Dr. Adi Santoso, SE., MM dan Dr. Wijianto, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing serta memberikan pengarah pada peneliti sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang sudah memberikan semua ilmunya selama ini kepada penulis.
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan semangat, doa dan motivasi kepada penulis agar terselesaikan skripsi ini.
7. Teruntuk orang terdekat saya terimakasih selalu memberikan suport dan motivasinya kepada penulis agar terselesaikan skripsi ini
8. Semua sahabatku terutama Ayum, Lusi, Nazwa, Helda, Eka dan seluruh teman-teman Manajemen C Angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Para responden yang sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisoner penelitian ini.



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG.....	ii
MOTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
Tujuan Penelitian :	8
Manfaat Penelitian.....	8

BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori	10
1) Teori Stimulus – Respon (S-R)	10
2) Manajemen Kewirausahaan	11
3) Perilaku Konsumen	18
4) <i>Variation Product</i>	20
5) <i>Green Marketing</i>	22
6) <i>Discount</i>	24
7) Kepuasan Konsumen.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	31
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III	36
METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	36
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.3. Metode Pengumpulan Data	37

3.4 Definisi Operasional Variabel	38
3.5. Metode Analisis Data	41
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	46
4.2 Karakteristik Responden	48
4.3 Deskripsi Tanggapan	53
4.4 Uji Instrumental Data	59
4.5 Analisis Data	62
4.6 Uji Hipotesis	69
4.7 Pembahasan	74
BAB V	78
KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3 Karakteristik Berdasarkan Pengunjung KFC	48
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	51
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per-Hari.....	52
Tabel 8 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Variationt Product</i>	54
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Green Marketing	55
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Discount	57
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	58
Tabel 12 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 13 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 15 Uji Multikolinearitas	63
Tabel 16 Uji Heterokedastisitas	65
Tabel 17 Hasil Uji F	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konsep Dasar.....	10
Gambar 2. Fungsi Manajemen.....	12
Gambar 3. Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 4. Rumus	41
Gambar 5 Daerah Penolakan H_01 dan Penerimaan H_a1	70
Gambar 6 Daerah Penolakan H_02 dan Penerimaan H_a2	71
Gambar 7 Daerah Penolakan H_03 dan Penerimaan H_a3	71
Gambar 8 Kurva Uji F	73



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Uji Normalitas P-Plot.....	62
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner Penelitian	90
Lampiran 2 Data Responden.....	97
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner.....	102
Lampiran 4 Hasil Rata-Rata Jawaban Responden	108
Lampiran 5 Hasil Olah Data	110
Lampiran 6 Berita Acara.....	114
Lampiran 7 Hasil Plagiasi.....	116
Lampiran 8 LOA Artikel.....	118



**PENGARUH *VARIATION PRODUCT*, *GREEN MARKETING*, DAN
DISCOUNT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KFC DI LAWU PLAZA
MADIUN**

Fira Niwayansari

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variasi produk, green marketing dan diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen KFC di Lawu Plaza Madiun khususnya Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Teknis analisis data yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji F dan uji T, koefisien determinasi. Total responden dalam penelitian ini adalah 140 responden. Hasil penelitian ini secara persial menunjukkan bahwa variasi produk dan green marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan diskon tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan variabel variasi produk, green marketing dan diskon memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 68,2%.

Kata kunci : *Variation Product, Green Marketing, Discount, Kepuasan Konsumen*