

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi kasus pada konsumen Hasby Sablon Desa Mlarak Kecamatan Mlarak Kabupaten

Ponorogo)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Yuda Niyar Yunan Pranadi

NIM : 13413127

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen (Study Kasus pada konsumen Hasby
Sablon Desa Mlarak Kecamatan Mlarak Kabupaten
Ponorogo)
Nama : Yuda Niyar Yunan Pranadi
NIM : 13413127
Program Studi : Manajemen

Isi dan format skripsi telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 8 Februari 2019

Pembimbing I



Drs. Sutiono, MM
NIDN. 0716065601

Pembimbing II



Naning Kristiyana, SE., MM
NIDN. 0721117501


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Titi Rapihi, SE., MM
NIDN. 0005056301

Dosen Penguji



Drs. Sutiono, MM
NIDN. 0716065601



Eka Destriyanto Pristi Ayuningtyas, S. AB., MM
NIDN. 0711037401



Edi Santoso, SE., MM
NIDN. 0711128404

Ringkasan

YUDANIYAR YUNAN PRANADI (13413127) mengambil penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Study kasus pada Hasby Sablon)”**. Penelitian ini dibimbing oleh Bapak Drs.Sujiono, SE. MM sebagai dosen pembimbing 1 dan Ibu Naning Kristyana, SE. MM sebagai dosen pembimbing 2. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2018.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan industri konveksi yang dianggap sebagai lahan yang menjanjikan bagi para pengusaha. Setiap konsumen mempunyai sikap dan perilaku berbeda-beda terhadap proses pembelian. Memahami perilaku konsumen adalah tugas penting manajemen pemasaran, maka dapat mengetahui strategi apa yang akan dipakai dalam penjualannya agar memperoleh hasil yang maksimal. Kualitas produk, promosi dan pelayanan merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hasby sablon.

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang memesan atau yang membeli produk Hasby Sablon di Desa Mlarak Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo, teknik sampling yang digunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel 98 dibulatkan 100. Metode penelitian yang digunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, promosi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen adalah variabel pelayanan dengan memiliki nilai positif paling besar yaitu 0,314 satuan.

Kata kunci : *kualitas produk promosi dan pelayanan,kepuasan konsumen.*

MOTTO

Fastabiqul khoirot

maka berlomba-lombalah dalam membuat kebaikan.(Q.s AL-Baqarah 148)

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui. (Q.S Al-Baqarah 216)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. (Q.S Al-Insyirah 6-7)

HIDUP BUKAN UNTUK MENDAPAT PUJIAN ORANG LAIN,DAN JANGAN PERNAH
MENYAMAR HANYA UNTUK DIPUJI,TAPI COBALAH UNTUK JUJUR WALAUPUN TIDAK
SELALU DIPUJI.

**Karena sesungguhnya satus dan latar belakang seseorang itu
hanyalah sebatas penilaian dimata manusia bukan dimata tuhan.**

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karya sederhana ini ku persembahkan untuk

Kedua orang tuaku, yang telah mendukungku, memberiku motivasi dalam segala hal serta memberikan kasih sayang yang teramat besar yang tak mungkin bisa ku balas dengan apapun. Untuk keluarga dan adik ku tercinta yang telah memberiku semangat dan doa agar tidak mudah putus asa.

Untuk Nur Arofah terima kasih atas kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini, semoga engkau pilihan terbaik buatku dan masa depanku.

Untuk Deny ria dan Tri Faizal teman seperjuangan dari mlarak

Untuk teman-teman manajemen f angkatan 2013 khususnya geng WONG NJERO terima kasih atas doa dan dukungannya, sukses buat kalian semuanya.

Kepada dosen pembimbing 1 dan 2, seluruh dosen staf fakulas ekonomi terima kasih atas semua jasa yang diberikan.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya bagi penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan proses penyusunan skripsi yang merupakan salah satu prasyarat untuk meraih gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Bapak Drs. H.Sulton selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Kepada Dra. Umi Farida selaku kepala program studi manajemen dan juga ibu Titi Rapini, SE, MM selaku dekan fakultas ekonomi.
3. Drs. Sujiono, MM dan ibu Naning Kristiyana, SE, MM selaku pembimbing 1 dan pembimbing 2.
4. Kepada seluruh pegawai fakultas ekonomi (Dosen, karyawan) dan seluruh staf kampus Universitas Muhammadiyah Ponorogo terima kasih atas semua jasa Bapak/Ibu dosen.
5. Kedua orang tua tercinta Bapak Suprpto dan Ibu Mujinah yang telah memberikan dorongan dan doa semangat tiada henti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teristimewa kepada Nur Arofah yang meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan selalu senantiasa memberikan doa, semangat dan juga membantu dalam penyusunan skripsi ini.
7. Terima kasih untuk Deny R.S yang telah memberikan banyak motivasi, meluangkan waktunya dan dukungan serta membantu dalam penyusunan skripsi ini .
8. Teman-teman manajemen f angkatan 2013 khusunya Tri Faizal, Deny Ria, Zainul, Muhammad Wahyu, Tri Adi, Frendi, Lutfi P, Rohman, Arif Widodo dan teman

teman yang lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih atas segala yang kalian berikan.

9. Semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah memberikan kontribusinya dalam membantu penyelesaian skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amalan yang akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Di akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Ponorogo, 8 Februari 2019



(Yuda Niyar Yunan Pranadi)

**PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG
KODE ETIK PENELITIAN**

SAYA YANG BERTANDATANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA, SKRIPSI INI MERUPAKAN KARYA SAYA SENDIRI (ASLI), DAN ISI DALAM SKRIPSI INI TIDAK TERDAPAT KARYA YANG PERNAH DIAJUKAN OLEH ORANG LAIN UNTUK MEMPEROLEH GELAR AKADEMIS DI SUATU INSTITUSI PENDIDIKAN, DAN SEPANJANG PENGETAHUAN SAYA JUGA TIDAK TERDAPAT KARYA ATAU PENDAPAT YANG DITULIS DAN ATAU DITERBITKAN OLEH ORANG LAIN, KECUALI YANG SECARA TERTULIS DIACU DALAM NASKAH INI DAN DISEBUTKAN DALAM DAFTAR PUSTAKA.

Ponorogo, 8 Februari 2019

 
Yuda Niyar Yunan P

13413127

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan.....	i
Ringkasan.....	ii
Motto.....	iii
Lembar Persembahan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etika.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB IPENDAHULUAN	
1.1 Latar Balakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8
BAB IITINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.1.1 Definisi Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1.2 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Manajemen Bauran Pemasaran(<i>Marketing Mix</i>).....	11
2.1.3 Definisi Konsumen.....	23

2.1.3.1 Definisi Perilaku Konsumen	23
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
2.1.3.3 Pengertian Kepuasan Konsumen	28
2.1.3.4 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen	29
2.1.4 Hubungan Antar Variabel	30
2.1.4.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen	30
2.1.4.2 Hubungan Promosi dengan Kepuasan Konsumen	31
2.1.4.3 Hubungan Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen	32
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran.....	36
2.4 Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	40
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.3 Jenis Data dan Metode Pengambilan Data.....	41
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.6 Metode Analisis Data.....	46
3.6.1 Metode Kuantitatif	46
3.6.2 Alat Analisis.....	48
3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.6.2.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	49

3.6.2.3 Pengujian Hipotesis.....	50
----------------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	52
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	53
4.1.2.1 Visi Hasby Sablon.....	53
4.1.2.2 Misi Hasby Sablon	53
4.1.3 Struktur Organisasi	54
4.1.4 Data-data yang Terkumpul.....	59
4.1.4.1 Karakteristik Responden	60
4.1.4.1.1 Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.4.1.2 Gambaran Umum Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal	62
4.1.4.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.1.4.1.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
4.1.5 Analisis Data	64
4.1.5.1 Deskripsi Variabel	64
4.1.5.1.2 Variabel Kualitas Produk (X1)	65
4.1.5.1.3 Variabel Promosi(X2)	67
4.1.5.1.4 Variabel Pelayanan(X3).....	69
4.1.5.1.5 Deskripsi Kepuasan Konsumen(Y).....	72
4.1.6 Uji Instrumen	74
4.1.6.1 Analisis Uji Validitas	74
4.1.6.2 Analisis Uji Reabilitas	76

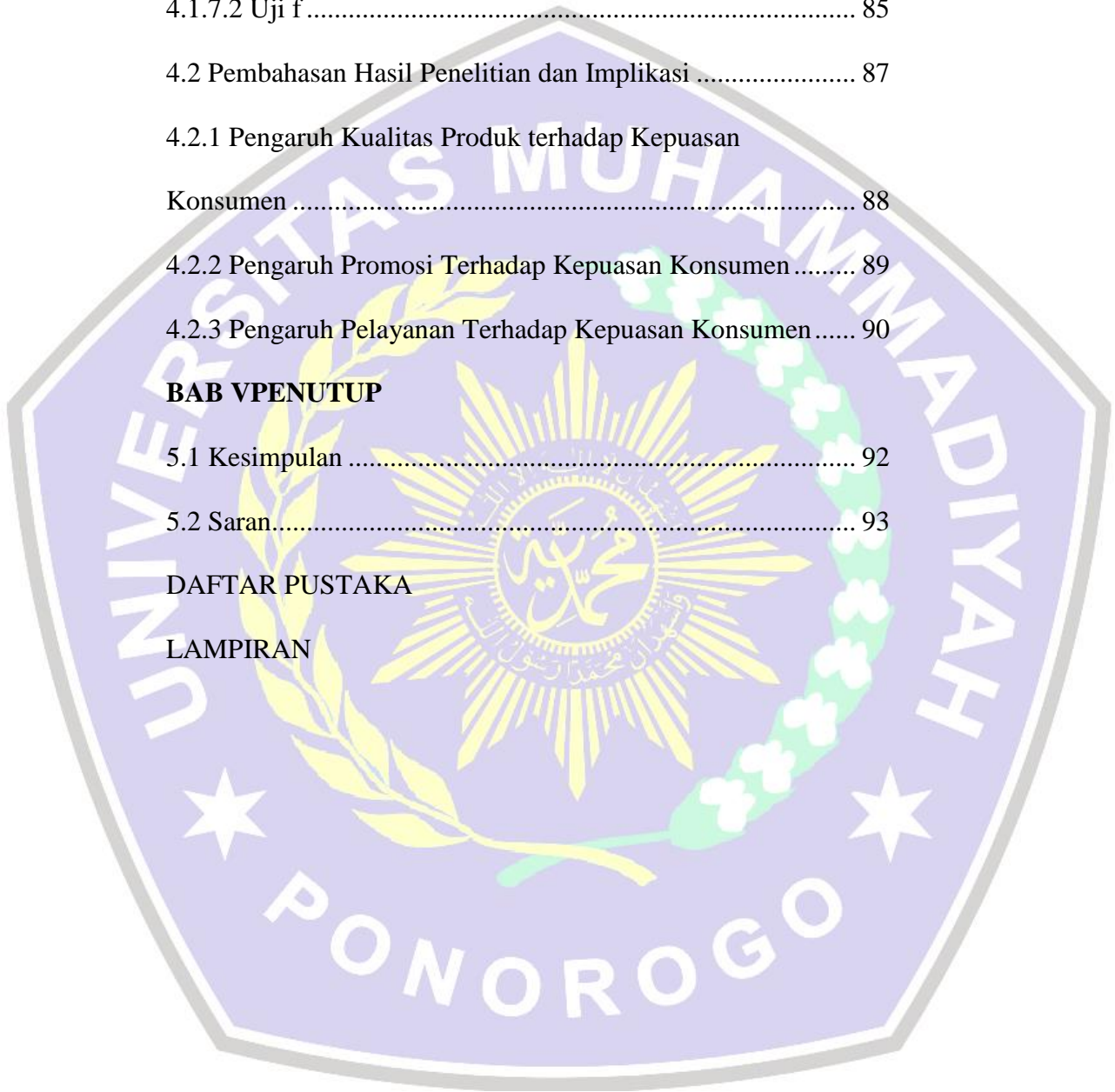
4.1.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	78
4.1.6.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	80
4.1.7 Pengujian Hipotesis.....	81
4.1.7.1 Uji t	81
4.1.7.2 Uji f	85
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian dan Implikasi	87
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	88
4.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	89
4.2.3 Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	90

BAB VPENUTUP

5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

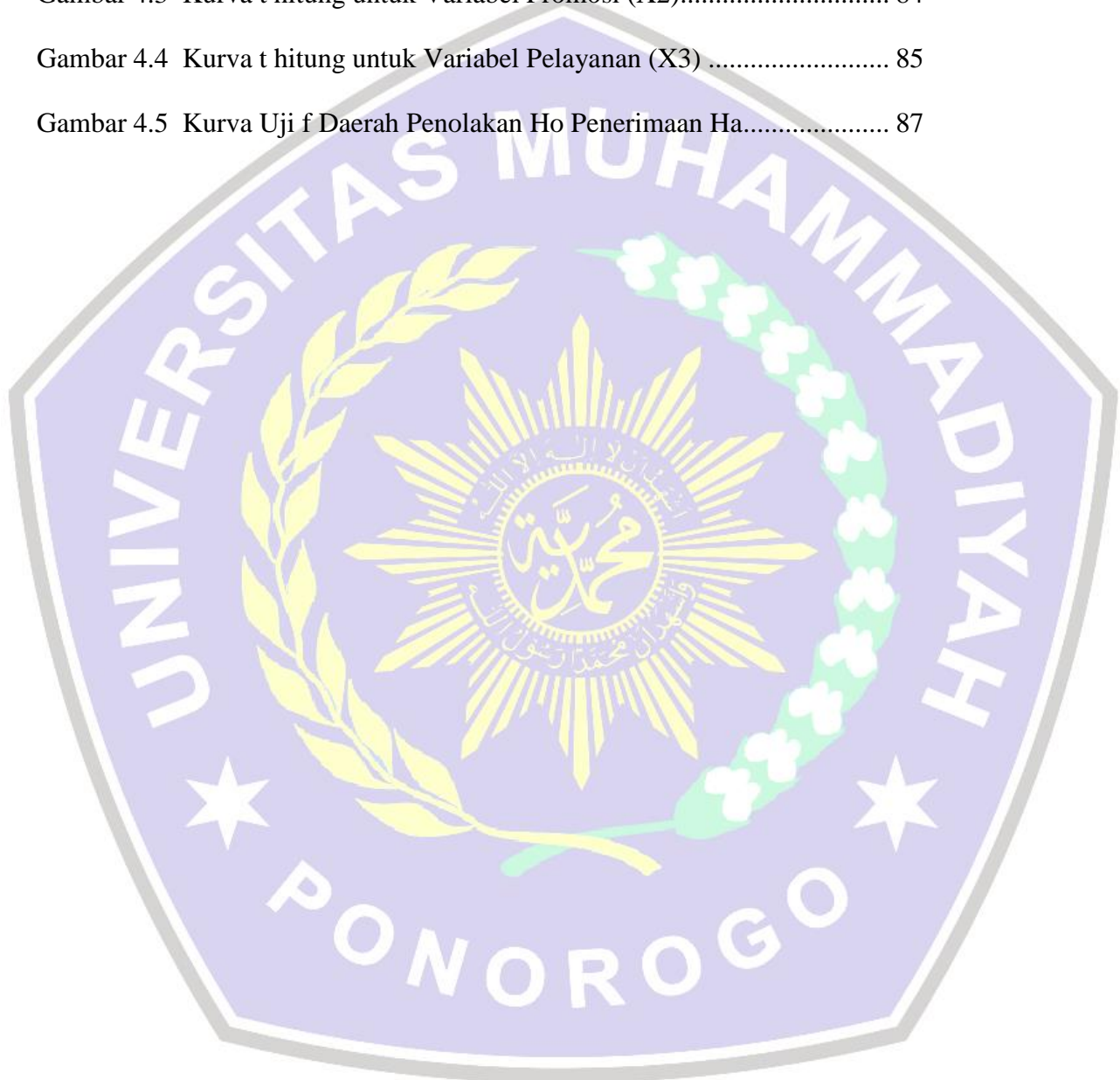


DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal	62
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X1)	65
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Promosi (X2).....	68
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan (X3).....	70
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Y)	73
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas.....	77
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	78
Tabel 4.11	Analisis Regresi Linear Berganda	79
Tabel 4.12	Analisis Koefisien Determinasi	79
Tabel 4.13	Uji t.....	83
Tabel 4.14	Uji f.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	55
Gambar 4.2 Kurva t hitung untuk Variabel Kualitas Produk (X1).....	83
Gambar 4.3 Kurva t hitung untuk Variabel Promosi (X2).....	84
Gambar 4.4 Kurva t hitung untuk Variabel Pelayanan (X3)	85
Gambar 4.5 Kurva Uji f Daerah Penolakan H_0 Penerimaan H_a	87



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisiener Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi
- Lampiran 3 Hasil Data Olahan SPSS
- Lampiran 4 Tabel Statistik
- Lampiran 5 Foto Dokumentasi

