

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

**(STUDI PADA PRODUK SAYURBOX)**

**SKRIPSI**



**Nama : Agus Triyono**

**NIM : 43118110115**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agus Triyono

Nim : 43118110115

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Desember 2022



Agus Triyono

NIM : 43118110115

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Agus Triyono  
NIM : 43118110115  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA PRODUK SAYURBOX)  
Tanggal Sidang : 10 November 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing

  
Dr. Janfry Sihite, SE., M.SM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

  
Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

  
Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 12221942



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Produk Sayurbox)”**. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, semangat, motivasi, saran, dan waktu luang selama bimbingan yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini juga, peneliti selalu mendapatkan bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Dr. Tafiprios, S.E., M.M., selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Zulfitri, MP., M.M., selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat kepada peneliti.
7. Seluruh teman-teman S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Angkatan 2018 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.
8. Teristimewa, orang tua saya tercinta yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Buat semua pihak yang banyak membantu namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dan banyak kekurangan. Untuk itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran, masukan, dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti memohon maaf atas kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini. Akhir kata,

semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 13 Desember 2022



Agus Triyono



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kontribusi Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>12</b>
A. Kajian Teori.....	12
1) Kualitas Pelayanan.....	12
a. Definisi Kualitas Pelayanan .....	12
b. Dimensi Dan Indikator Kualitas Pelayanan .....	13
2) Kualitas Produk.....	15
a. Pengertian Kualitas Produk.....	15
b. Dimensi Dan Indikator Kualitas Produk .....	16
3) Promosi .....	17
a. Pengertian Promosi.....	17
b. Tujuan Promosi .....	18
c. Bauran Promosi .....	19
d. Dimensi dan Indikator Promosi.....	20
4) Harga .....	20

a. Definisi Harga .....	20
b. Tujuan Penetapan Harga .....	21
c. Dimensi dan Indikator Harga .....	23
5) Kepuasan Konsumen.....	23
a. Definisi Kepuasan Konsumen .....	23
b. Manfaat Kepuasan Konsumen.....	24
c. Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan.....	25
B. Penelitian Terdahulu .....	26
C. Kerangka Konseptual.....	31
D. Pengembangan Hipotesis .....	32
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	32
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen ....	32
3. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen .....	33
4. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian .....	35
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	36
1. Definisi Variabel.....	36
2. Operasionalisasi Variabel.....	38
D. Skala Pengukuran .....	41
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
F. Metode Pengumpulan Data.....	43
G. Metode Analisa Data .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
B. Statistik Deskriptif .....	51
1. Deskripsi Responden.....	52
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	52
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53



d. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	54
2. Deskripsi Variabel.....	55
a. Variabel Kualitas Produk .....	55
b. Variabel Kualitas Pelayanan .....	56
c. Variabel Promosi.....	57
d. Variabel Harga .....	58
e. Variabel Kepuasan Konsumen .....	59
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	60
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	61
a. <i>Convergent Validity</i> .....	61
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	64
2. Evaluasi Uji Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	69
3. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur) .....	71
4. Pembahasan Hasil Penelitian .....	72
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen...	74
3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen. ....	75
4. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>78</b>
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Judul</b>
1.1	Penjualan makanan yang naik di marketplace	4
1.2	Tabel <i>Pra-Survey</i> terkait dengan Kepuasan Konsumen	6
2.1	Penelitian Terdahulu	26
3.1	Definisi Operasionalisasi Variabel	38
3.2	Skala Likert	41
4.1	Jenis Kelamin Responden	52
4.2	Usia Responden	52
4.3	Pekerjaan Responden	53
4.4	Domisili Responden	54
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1)	55
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	56
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi (X3)	57
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga (X4)	58
4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	59
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	62
4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	64
4.12	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	67
4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i>	67
4.14	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	68
4.15	Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R<sup>2</sup>)</i>	69
4.16	Hasil Pengujian Hipotesis (Uji <i>Bootstrapping</i> )	71

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Nominal Transaksi <i>E-Commerce</i> (2017-2020)	2
1.2	Data Ulasan Konsumen	5
2.1	KerangkaKonseptual	31
4.1	Hasil Algoritma PLS	61
4.2	Hasil Uji <i>Bootstraping</i>	72



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	89
2	Hasil Kuesioner	97
3	Hasil <i>Output</i> SPSS	104
4	Hasil <i>Output</i> PLS	107

