

**PENGARUH PRESEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DEYO LAUNDRY**

SKRIPSI



Nama : Dewi Listiana

Nim : 43119110011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dewi Listiana

NIM : 43119110011

Program Studi : Manajemen SI

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.

Jakarta, 27 September 2024



Dewi Listiana

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualiat Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Deyo Laundry “. Sholawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan umatnya.

Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penulisan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada bapak Dr. Zulfitri Chaidir MP, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat yang tiada hentinya dan saran-saran beserta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua Orang Tua saya tercinta dengan kasih sayang yang tak terhingga dan support yang tiada henti dalam memberikan do'a dan motivasi yang telah diberikan selama ini.
2. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta.

5. Dosen-dosen Pengajar dan juga Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sangat baik dalam memberikan pengetahuan dan membantu melayani para mahasiswa.
6. Kepada koresponden yang telah mengisi kuesioner untuk mendukung penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan. Akhir kata dengan segala ketulusan, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini.



Jakarta, 30 Juli 2024

Dewi Listiana
NIM 43119110011

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Salah satu bisnis yang saat ini memiliki perkembangan yang cukup pesat adalah bisnis laundry. Pesatnya perkembangan bisnis laundry merupakan peluang yang sangat bagus bagi para usahawan yang ingin menyediakan jasa cuci pakaian. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Deyo Laundry di Mampang, Jakarta Selatan. Populasi dalam penelitian para pelanggan Deyo Laundry yang berada di Mampang, Jakarta Selatan. Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan teknik *non probability sampling*, karena besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subjek tidak diketahui. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling*. Sehingga sampel yang ditentukan sejumlah 110 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas. Data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari survey dengan menggunakan kuisioner. Sedangkan data sekunder didapat dari buku, artikel dan jurnal ilmiah yang relevan dengan penelitian. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan variabel antara persepsi harga, kualitas pelayanan dan promosi yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Promosi berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

One of the businesses currently experiencing rapid growth is the laundry business. The fast growth of the laundry industry presents a great opportunity for entrepreneurs looking to offer laundry services. This study aims to examine the influence of price perception, service quality, and promotions on customer satisfaction at Deyo Laundry in Mampang, South Jakarta. The population in this research is Deyo Laundry's customers who are in Mampang, South Jakarta. Sampling was carried out in this study using a non-probability sampling technique, because the probability of an element being selected for a subject is unknown. The sampling method was carried out by convenience sampling method. So that the specified sample is 110 people. The method used in this research is quantitative with a causality research design. The data in this study consisted of primary data and secondary data. Primary data obtained from a survey using a questionnaire. While secondary data obtained from books, articles and scientific journals that are relevant to research. And the hypothesis used in this study is the variable relationship between price perception, service quality and promotions that have a significant effect on customer satisfaction. The results of this study indicate that price perception has a significant positive effect on customer satisfaction. Service quality has a significant positive effect on customer satisfaction. Promotion has a significant negative effect on customer satisfaction.

Keywords: *Price perception, Service Quality, Promotion, Customer Satisfaction*



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dewi Listiana
NIM : 43119110011
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PRESEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DEYO LAUNDRY
Tanggal Sidang : 11 September 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Zulfitri, MP., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244539



Please Scan QRCode to [Verify](#)

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Perilaku Konsumen	15
3. Kepuasan Pelanggan	19
4. Presepsi Harga	23
5. Kualitas Pelayanan	32
6. Promosi	37
7. Penelitian Terdahulu	42
8. Pengembangan Hipotesis	48
9. Kerangka Pemikiran	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	53
A. Waktu dan Tempat Penelitian	53
C. Definisi dan Operasional Variabel	54
D. Skala Pengukuran Variabel	57
E. Populasi dan Sampel Penelitian	58
F. Teknik Pengumpulan Data	59
G. Metode Analisis Data	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67

A. Analisis Deskriptif	67
B. Analisis	75
1. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	83
2. Hasil Pengujian Hipotesis	84
C. Pembahasan	85
1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	85
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	86
3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	100



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	100
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner	105
Lampiran 3 Hasil Analisis SEM PLS	121
Lampiran 4 Grafik	125



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	63
Gambar 4.1 Hasil Alogaritma PLS	77
Gambar 4.2 Hasil Alogaritma PLS (modifikasi)	79
Gambar 4.3 Hasil Uji Boostrapping	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laba bersih Deyo Laundry bulan Februari-April 2023	3
Tabel 1.2 Data Laba Bersih Per Tahun	4
Tabel 1.3 Hasil Survey Pra-Penelitian	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Operasional Variabel	57
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	58
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	71
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Bekerja	71
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Variabel Persepsi Harga	72
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	73
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Variabel Promosi	74
Tabel 4.9 Hasil Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	75
Tabel 4.10 Hasil pengujian Convergent Validity	76
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	77
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings)	80
Tabel 4.13 Pengujian Discriminant Validity – Fornell Larcker	81
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE)	82
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach's Alpha	82
Tabel 4.16 Nilai R2 Variabel Endogen	83
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis	84