

SKRIPSI
PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS JI.C.
SIMANJUNTAK YOGYAKARTA



Disusun Oleh :

FRANSISCA NATALIA

11150041

FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
TAHUN AJARAN 2018/2019

SKRIPSI
PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS JL. C.
SIMANJUNTAK YOGYAKARTA



Disusun Oleh :

FRANSISCA NATALIA

11150041

FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
TAHUN AJARAN 2018/2019

HALAMAN PENGAJUAN

Skripsi dengan Judul :

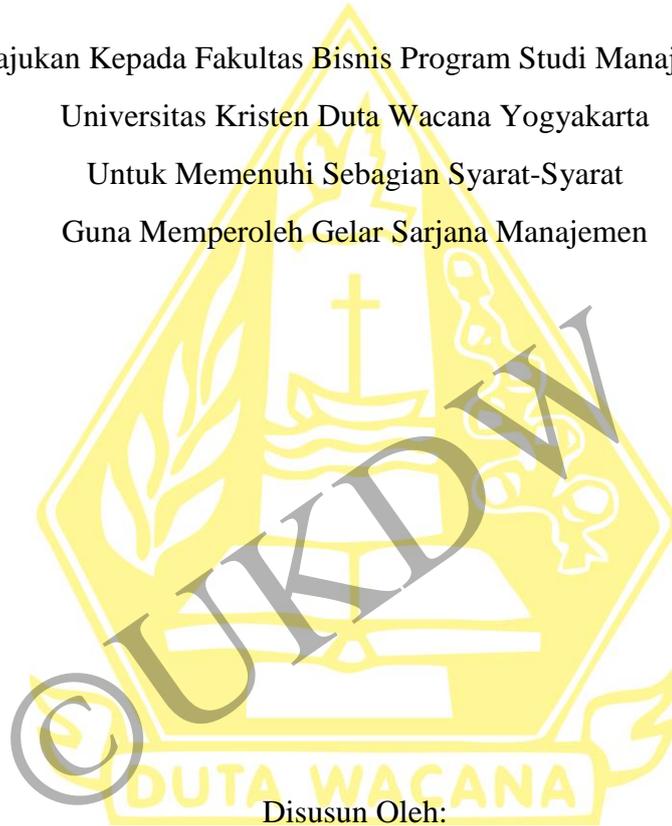
**PENGARUH PERSERPSI HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS Jl.
C. SIMANJUNTAK YOGYAKARTA**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Fransisca Natalia

11150041

Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS JL. C.
SIMANJUNTAK YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

FRANSISCA NATALIA

11150041

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada tanggal 04 JUL 2019

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Ketua Tim Penguji)
2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Dosen Penguji)
3. Dra. Ety Istriani, MM
(Dosen Penguji)
4. Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev
(Dosen Pembimbing)



Yogyakarta, 15 JUL 2019

Disahkan Oleh:



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus Ji. C. Simanjuntak Yogyakarta”**.

Bahwa penulisan ini berdasarkan hasil penelitian saya sendiri dan bukan hasil duplikat atau tiruan dari karya pihak lain kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya. Yang saya kerjakan untuk melengkapi syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 2 Mei 2019

Tanda Tangan



Fransisca Natalia

HALAMAN MOTTO

“Percayalah kepada Tuhan dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar kepada pengetahuanmu sendiri. Akulah Dia di dalam segala lakumu, maka Ia akan meluruskan jalanmu”

(Amsal 3 :5-6)

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apa pun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

(Filipi 4:6)

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”

(Filipi 4:13)

“Diberkatilah orang yang mengandalkan Tuhan, yang menaruh harapannya pada Tuhan”

(Yeremia 17:7)

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Yang pertama saya persembahkan kepada Tuhan Yesus Kristus sumber segala pengetahuan.
2. Kepada kedua orang tua saya (Bapak Suhardi dan Ibu Anastasia) yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam setiap proses menyelesaikan skripsi saya.
3. Ketiga saudara kandung saya Bernadus Samuel, Kristo Barnabas dan Imanuel Januardo yang selalu memberi dorongan kepada saya.
4. Kepada para sahabat saya Sarah, Putri, Kak Iriani, Kak Juli dan masih banyak lagi yang belum disebutkan namanya satu persatu yang telah mendoakan saya.

©UKDW

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karuniaNYA saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS Jl. C. SIMANJUNTAK YOGYAKARTA”. Tujuan penulisan ini adalah untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar S1 Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dengan selesainya skripsi ini saya mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak yang sudah mendukung. Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 2 Mei 2019



Penulis

Fransisca Natalia

Daftar Isi

	Hal
Halama Judul.....	i
Halaman Pengajuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Keaslian Skripsi.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii
Abstract.....	xiv
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
Bab II Landasan Teori.....	5
2.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	5
2.2 Pengertian Harga.....	6
2.3 Pengertian Promosi.....	9
2.4 Pengertian Produk.....	12
2.5 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	17
2.6 Penelitian Terdahulu.....	20
2.7 Kerangka Berfikir.....	21
2.8 Hipotesis Penelitian.....	21
Bab III Metode Penelitian.....	23
3.1 Desain Penelitian.....	23

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Instrumen Penelitian	25
3.6 Analisis Data.....	26
3.7 Teknis Analisis Data.....	27
3.8 Uji Hipotesis	28
Bab IV Analisis dan Pembahasan.....	32
4.1 Hasil Analisis Data	32
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	32
4.2.1 Uji Validitas.....	32
4.2.2 Uji Reliabilitas	34
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	34
4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	41
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	42
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
4.5.2 Uji F.....	43
4.5.3 Uji T.....	44
4.6 Pembahasan	47
4.6.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta	47
4.6.2 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta	48
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta	49
Bab V Kesimpulan dan Saran.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran	51
Daftar Pustaka.....	52
Lampiran.....	54

Daftar Tabel

	Hal
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	33
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	38
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Mirota Kampus 3 bulan terakhir.....	39
Tabel 4.8 Rangkuman Karakteristik Responden	40
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Anova)	44
Tabel 4.12 Hasil Uji T	45

Daftar Gambar

	Hal
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	21

©UKDW

Daftar Lampiran

	Hal
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	54
Lampiran 2 Data Responden	57
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	61
Lampiran 4 Profil Responden	63
Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda	65
Lampiran 6 Formulir Revisi Judul Skripsi	67

©UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini banyak kita temui tempat tempat pembelanjaan baik dalam bentuk mall, supermarket, minimarket, toko toko dan bisnis retail sejenis lainnya yang mana merupakan tempat menjual produk produk kebutuhan sehari hari yang harus dipenuhi, sehingga penting bagi para pengusaha retail dalam bersaing dengan perusahaan sejenis baik dari segi menentukan harga, promosi bahkan bagaimana kualitas produk yang tepat untuk keberlangsungan bisnisnya agar para konsumen menjadi konsumen tetap dan terus berbelanja di tempat yang merupakan prioritas karena harga, promosi dan kualitas produk yang memuaskan dan sesuai dengan kriteria konsumen.

Penting bagi para pengusaha bisnis retail dalam menentukan suatu harga produk yang akan dipasarkan, dengan harga yang tidak terlalu tinggi. Jika harga produk terlalu tinggi maka minat konsumen berbelanja di tempat tersebut menurun dan konsumen pastinya akan mencari tempat yang menjual produk sama atau sejenis yang lebih murah. Saat ini banyak kita jumpai promosi berbagai produk di mana-mana, baik berupa poster, brosur, baliho bahkan iklan produk dalam bentuk elektronik di sepanjang jalan, pusat perbelanjaan, televisi, iklan internet, iklan youtube dan lain lain. Cara promosi yang baik, tepat dan dilakukan secara berkala pada waktu tertentu dapat menarik dan meningkatkan minat konsumen untuk terus berbelanja di tempat tersebut. Di era perdagangan saat ini, persaingan produk semakin marak terjadi, sangat penting bagi suatu perusahaan dalam memperhatikan kualitas produknya, karena jika produk tersebut terjaga berkualitas maka konsumen pun akan tertarik dengan produk

tersebut. Semakin bermutu dan berkualitas suatu produk pada perusahaan maka akan mempengaruhi minat dan kepuasan konsumen.

Pada era saat ini bisnis retail sangat berkembang pesat, persaingan pun semakin ketat dan dapat kita temui di kota-kota besar salah satunya ialah kota Yogyakarta. Dimana dapat kita ketahui kota Yogyakarta merupakan kota besar yang memiliki beraneka ragam tempat wisata, kuliner, kraton dan masih banyak lainnya, hal tersebut mendorong semakin banyaknya tempat perbelanjaan di Yogyakarta salah satunya yaitu Mirota Kampus Departement Store. Mirota kampus merupakan perusahaan yang bergerak dibidang retail. Usaha retail perusahaan Mirota tidak hanya Mirota Kampus saja, namun perusahaan Mirota terus berkembang seperti Mirota Bakery, Mirota Batik, Mirota Foto, Mirota KSM (susu formula), Mirota ice cream, Mirota Wartel. Dalam menjalankan usahanya perusahaan Mirota Kampus tentu saja sangat memperhatikan harga produk yang dipasarkan, kegiatan promosi dalam menarik pelanggan/konsumen, dan menjaga kualitas produk yang dijual agar tetap menjaga kepuasan konsumennya. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian tentang **“Pengaruh persepsi harga, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Mirota Kampus jl. C. Simanjuntak Yogyakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Mirota Kampus ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Mirota Kampus ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Mirota Kampus ?
4. Apakah persepsi harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Mirota Kampus ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Lokasi yang menjadi tempat penelitian yaitu toko Mirota Kampus jalan C. Simanjuntak Yogyakarta.
2. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan April 2019 sampai dengan selesai.
3. Responden yang diteliti berusia kurang lebih 17- 40 tahun.
4. Responden yang diteliti berjumlah 100 orang.
5. Responden yang diteliti adalah responden yang melakukan pembelian di Mirota Kampus minimal 1 kali dalam 3 bulan terakhir.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mengenai persepsi harga, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Mirota Kampus.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan guna sebagai masukan bagi pihak manajemen perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar para konsumen tertarik dan dapat datang kembali untuk berbelanja di Mirota Kampus.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan pengaruh persepsi harga, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Mirota Kampus jl. C. Simanjuntak Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel persepsi harga secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi harga terhadap produk yang ditawarkan oleh Mirota Kampus, maka kepuasan konsumen semakin meningkat.
- b. Variabel promosi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan oleh Mirota Kampus, maka kepuasan konsumen semakin meningkat.
- c. Variabel kualitas produk secara parsial signifikan tetapi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak membuat konsumen merasa puas atau tidak puas. Dengan kata lain kepuasan konsumen Mirota Kampus tidak ditentukan oleh kualitas produk.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

- a. Persepsi harga memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan Mirota Kampus dapat mempertahankan harga produk yang ditawarkan karena terjangkau dan sesuai dengan manfaatnya sehingga konsumen merasa puas dengan produk didapatkan.
- b. Promosi memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan Mirota Kampus dapat mempertahankan, mengembangkan kegiatan promosi yang telah diterapkan dan menambah inovasi dalam promosi agar tetap menjaga bahkan lebih meningkatkan lagi kepuasan konsumen di Mirota Kampus.
- c. Mirota Kampus tetap mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produknya. Meskipun dalam penelitian ini para responden menilai bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang akan datang yang ingin meneliti atau ingin melanjutkan penelitian ini diharapkan untuk dapat mencari faktor atau variabel variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain harga, promosi dan kualitas produk. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lainnya agar data yang diharapkan dapat lebih efektif.

Daftar Pustaka

- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Hartono Jogiyanto. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Edisi 6. Semarang: Badan Penerbit- Undip.
- Mustafa, Z. E. 2009. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, 1997. *Dasar Dasar Pemasaran*, jilid 1. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler Philip & Armstrong Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler dan A.B. Susanto, 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, buku 1. Jakarta : Selemba Empat.
- Sugiyono. 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. cetakan-10. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-18. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan ke-3. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* . Cetakan ke dua puluh enam. Bandung : Alfabeta.
- Philip Kotler, 1998. *Manajemen Pemasaran edisi Bahasa Indonesia Jilid 2*. Jakarta : PT. Ikrar Mandiriabadi.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* edisi kelima. Semarang: Universitas Diponegoro
- Pamela S. Schindler. 2006. *Metode Riset Bisnis, Volume 2*. Edisi 9. Jakarta : PT. Media Global Edukasi
- Jessica J. Lenzun, James D.D. Massie, Decky Adare. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.

Stephanus Felix Aristo. 2016. *Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woles Chips*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.

©UKDW