

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT BINA MITRA ARTHA**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh :

**RENDI SAPUTRA
NIM : 241.20.08211**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT BINA MITRA ARTHA**

Oleh :

Nama : RENDI SAPUTRA
NIM : 241.20.08211
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok, Pada Tanggal 27 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Sentot Eko Baskoro, S.Si, SH, MM, MH

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

Mengesahkan
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid., MS



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT BINA MITRA ARTHA**

Oleh :

Nama : RENDI SAPUTRA
NIM : 241.20.08211
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 27 Agustus 2024
Waktu :

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Yose Cahyo Benardi Widhayoga, SE, M.Si (.....)

Anggota : Dr. (Cand) Eko Yuliawan, SE, M.Si (.....)

Mengesahkan
Ketua Jurusan Manajemn

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rendi Saputra
NIM : 2412008211
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 160205311200039
Alamat : Perumahan Vila Kencana Blok J.10 No.02 RT.004 RW.011
Karang Sentosa, Karang Bahagia, Bekasi – Jawa Barat.

Dengan ini menyatakan bawah :

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Bina Mitra Artha ini merupakan karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti No. Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan, atau mengalihinformasikan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademik baik dengan maupun tanpa sepengetahuan sayang sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan sayang bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk aapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 27 Agustus 2024



Rendi Saputra

ABSTRAK

RENDI SAPUTRA. NIM 241.20.08211. Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Bina Mitra Artha.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel harga, produk, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bina Mitra Artha. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 32 orang pelanggan yang dipilih secara acak. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (harga, produk, dan promosi) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga dan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 pada uji hipotesis untuk kedua variabel tersebut. Sebaliknya, variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di PT Bina Mitra Artha, sementara harga dan kualitas produk tidak memiliki dampak yang signifikan.

Kesimpulannya, perusahaan perlu fokus pada pengembangan strategi promosi yang lebih baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun harga dan produk tetap penting, promosi memiliki peran yang lebih dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT Bina Mitra Artha. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif di masa mendatang.

Kata kunci: harga, produk, promosi, kepuasan pelanggan, regresi linear berganda.

ABSTRACT

RENDI SAPUTRA. NIM 241.20.08211. *The Influence of Price, Product and Promotion on Costumer Satisfaction at PT Bina Mitra Artha.*

This research aims to analyze the influence of price, product and promotion variables on customer satisfaction at PT Bina Mitra Artha. The number of samples in this study was 32 (thirty two) customers selected randomly. The analytical method used is multiple linear regression analysis to test the relationship between independent variables (price, product and promotion) and the dependent variable (customer satisfaction).

The research results show that price and product variables do not have a significant effect on customer satisfaction. This is indicated by a significance value greater than 0.05 (zero point zero five) in the hypothesis test for these two variable has a significant effect on customer satisfaction, with a significance, with a significance value smaller than 0.05 (zero point zero five). The findings indicate that an effective promotional startegy can increase costumer satisfication at PT Bina Mitra Artha, while price and product quality do not have a significant impact.

In conclusion, companies need to focus on developing better promotional strategies to increase customer satisfication. Although price and productare still important, promotion has a more dominant role in influencing customer satisfication at PT Bina Mitra Artha. These findings can be a basis for companies in formulating more effective marketing strategies in ythe future.

Keywords: price, product, promotion, costumer staisfication, multiple liner regression.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allaw SWT, penulis panjatkan karena berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat dan salam semoga terlimpah curahkan kepada junjungan nabi Muhammad SAW semoga kita semua mendapat syafaatnya kelak dihari pembalasan.

Penelitian dengan judul pengaruh harga, produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bina Mitra Artha disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan penulis memilih judul tersebut adalah untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya kepuasan pelanggan di PT Bina Mitra Artha dengan melihat dari harga, produk dan promosi yang terdapat di PT Bina Mitra Artha.

Dalam proses penulisan ini, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh karena pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Mildy Rifai., SE selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, MS selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si selaku Ketua Program Manajemen STIE GICI yang terus berusaha untuk memajukan prodi hingga kini telah mendapat akreditasi B.
4. Bapak Sentot Eko Baskoro, S.Si, MM, MH selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan baik.
5. Seluruh Ibu dan Bapak dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani dan membantu dengan sepuh hati.

7. Rekan-rekan Angkatan 2020 yang telah bersama-sama berjuang menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan sepenuh hati.
8. Istri saya Febylia yang saya sayangi, serta kedua anak perempuan saya Regina Anggraini Safitri dan Raisa Amanda Saputri yang saya sayangi. Dalam hal ini telah memberikan doa dan dukungan penuh kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan dengan baik.
9. Bapak Beny Hendra selaku owner dan manajemen PT Bina Mitra Artha yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Serta semua sahabat terbaik yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran serta kritik yang membangun dari seluruh pembaca semuanya. Saya berharap, di masa yang akan datang nanti tulisan ini akan berguna dan bermanfaat. Akhir kata saya ucapkan secara mendalam terimakasih.

Depok, 27 Agustus 2024

Penulis,



Rendi Saputra

NIM: 2412008211

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.6.1. Manfaat Teoritis	7
1.6.2. Manfaat Praktis	8
1.7. Sistematika Penulisan	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.2. Fungsi Manajemen Pemasaran	12
2.1.3. Tujuan Manajemen Pemasaran	13
2.2. Kepuasan Pelanggan	14
2.2.1. Indikator Kepuasan Pelanggan	15
2.3. Harga	17
2.3.1. Indikator Harga	18

2.4. Produk	19
2.4.1. Indikator Produk	22
2.5. Promosi	23
2.5.1. Indikator Promosi	25
2.6. Penelitian terdahulu	27
2.7. Kerangka Konseptual	30
2.7.1. Hipotesis	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.2. Jenis Penelitian	33
3.3. Populasi dan Sampel	34
3.3.1. Pupulasi	34
3.3.2. Sampel	34
3.4. Teknik Pengumpulan Data	34
3.5. Definisi Operasional Variabel	35
3.5.1. Variabel Bebas	35
3.5.2. Variabel Terikat	37
3.6. Teknis Analisis Data	38
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	39
3.6.2. Persamaan Regresi Linear Berganda	40
3.7. Uji Kualitas Data	41
3.8. Uji Asumsi Klasik	42
3.9. Uji Hipotesis	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	46
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	46
4.1.2. Karakteristik Responden	47
4.1.3. Tanggapan Responden	49
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	59
4.1.5. Hasil Uji Reliabilitas	69
4.2. Pembahasan	75
4.2.1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	75
4.2.2. Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	77
4.2.3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	78

BAB V	KESIMPULAN	
5.1.	Kesimpulan	80
5.2.	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....		82
DAFTAR LAMPIRAN		84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	33
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	40
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	48
Tabel 4.2. Tanggapan Responden	50
Tabel 4.3. Tanggapan Resonden Atas Produk	52
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi	54
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Kepuasan Pelanggan	57
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	60
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Produk	62
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	64
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	67
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	70
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.13. Hasil Uji Glejser	70
Tabel 4.14. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.15. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan	73
Tabel 4.16. Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.17. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Survei Kepuasan Pelanggan PT Bina Mitra Artha	2
Gambar 1.2. Project PT Bina Mitra Artha	2
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	31
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas Histogram	70