

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
FIVEDEC SHOES BOGOR**

SKRIPSI

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

Oleh:

PEBRI MAULANA
NIM: 2411907574



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
FIVEDEC SHOES BOGOR**

Oleh:

Nama : PEBRI MAULANA
NIM : 2411907574
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada tanggal 16 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Eko Wahyu Hidayat, S.Si., SE., MM

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
FIVEDEC SHOES BOGOR**

Oleh:

Nama : PEBRI MAULANA
NIM : 2411907574
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 16 Agustus 2023
Waktu : 09:15 - 10:20 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Maya Andini Kartikasari, SP. MM (.....)

Anggota : Altatit Dianawati, S.Si., MM (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

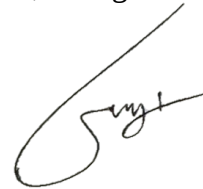
Nama : Pebri Maulana
NIM : 2411907574
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3201310512990002
Alamat : Kp. Cipadung No.12 RT.04 RW.02, Desa Sukaresmi,
Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor, Jawa Barat

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan FIVEDEC Shoes Bogor ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademisi baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

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

Depok, 16 Agustus 2023



PEBRI MAULANA

ABSTRAK

PEBRI MAULANA. NIM 2411907574 Pengaruh Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di FIVEDEC Shoes Bogor.

Fashion atau busana adalah segala sesuatu yang dikenakan pada tubuh, baik dengan maksud melindungi tubuh maupun memperindah penampilan tubuh. Maka *fashion* merupakan produk yang dibutuhkan semua orang dan sudah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan. Akhirnya, prospek *fashion* dalam negeri memiliki potensi dan peluang yang besar disebabkan semakin bertumbuhnya bisnis *fashion*. FIVEDEC Shoes Bogor adalah salah satu dari sekian banyak pembisnis *fashion*. Sejalan dengan prospek pasar *fashion* yang potensial, bisnis di bidang ini menjadi sangat kompetitif. Oleh sebab itu untuk bisa bersaing pemilik bisnis harus memperhatikan harga, promosi dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk alasan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harga, promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di FIVEDEC Shoes Bogor.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di FIVEDEC Shoes Bogor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *random sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 75,40% variabel independen berupa harga, promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 24,60% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan Uji F menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di FIVEDEC Shoes Bogor dengan hasil analisis $F_{hitung} = (102,365) > F_{tabel} = (2,70)$. Hasil Uji t menunjukan variabel harga (2,714), promosi (4,279), kualitas pelayanan (3,944) dimana $T_{tabel} (1,984)$ maka secara parsial semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Bisa dijelaskan bahwa variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan di FIVEDEC Shoes Bogor adalah promosi.

Kata kunci: harga, promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

PEBRI MAULANA. NIM 2411907574 *The Effect of Price, Promotion and Service on Customer Satisfaction at FIVEDEC Shoes Bogor.*

*Fashion or clothing is anything that is worn on the body, either with the intention of protecting the body or beautifying the appearance of the body. So fashion is a product that everyone needs and has become an inseparable part of life. Finally, the prospect of domestic fashion has great potential and opportunities due to the growing growth of the fashion business. FIVEDEC Shoes Bogor is one of the many fashion businesses. In line with the potential prospects of the fashion market, businesses in this field are becoming very competitive. Therefore, to be able to compete, business owners must pay attention to prices, promotions and service quality to increase customer satisfaction. For this reason, the authors are interested in conducting research entitled *The Influence of Price, Promotion and Service on Customer Satisfaction at FIVEDEC Shoes Bogor.**

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price quality, promotion and service on customer satisfaction at FIVEDEC Shoes Bogor. The type of research used is quantitative research with research methods in the form of data collection using a questionnaire. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. The sample selection was carried out by means of random sampling. The sample consisted of 100 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test showed that 75.40% of the independent variables in the form of price, promotion and service quality simultaneously affected the dependent variable customer satisfaction, while the remaining 24.60% was influenced by other variables not examined in this study. While the F test shows that the independent variables consisting of price, promotion and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at FIVEDEC Shoes Bogor with the results of the analysis $F_{count} = (102.365) > F_{table} = (2.69)$. The results of the t test show that the price variable (2.714), promotion (4.279), service quality (3.944) where $T_{table} (1.984)$ then partially all variables have a significant effect on customer satisfaction. It can be explained that the dominant variable influences customer satisfaction at FIVEDEC Shoes Bogor is a promotion.

Keywords: price, promotion, service quality and customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT penulis panjatkan karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

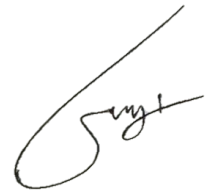
Keberhasilan penulis dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan FIVEDEC Shoes Bogor" ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih setulus-tulusnya terutama kepada berbagai pihak berikut ini:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., M.Sc., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si., SE.,MM sebagai pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingannya, arahan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat dengan mudah menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Ibunda Ojah tercinta dan Ayahanda Madhani yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.

8. Rekan-rekan mahasiswa kelas khususnya angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
9. Bapak Madhani pemilik toko *FIVEDEC Shoes* Bogor yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu, penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, dimasa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 16 Agustus 2023



PEBRI MAULANA
NIM 2411907574

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Pembatasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan	8
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Harga	11
2.1.2. Promosi	11
2.1.3. Pelayanan.....	13
2.1.4. Kepuasan Pelanggan	14
2.2. Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Berpikir	18
2.4. Hipotesis	20
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.2. Jenis dan Metode Penelitian	21
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.3.1. Populasi	22
3.3.2. Sampel	22
3.4. Teknik Pengumpulan Data	23
3.5. Definisi Operasional Variabel	24
3.5.1. Variabel Bebas	24
3.5.2. Variabel Terikat	25
3.6. Teknik Analisis Data	27
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran.....	27

3.6.2. Persamaan Regresi	28
3.6.3. Uji Kualitas Data	29
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	31
3.6.5. Uji Hipotesis.....	32
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	35
4.1.1. Gambaran	35
4.1.2. Karakteristik Responden	35
4.1.3. Tanggapan Responden	38
1. Harga (X_1)	38
2. Promosi (X_2)	40
3. Kualitas Pelayanan (X_3)	42
4. Kepuasan Pelanggan (Y)	43
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas	47
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Kelasik	48
1. Uji Normalitas	48
2. Uji Multikolinieritas	49
3. Uji Heteroskedastisitas	50
4.1.6. Hasil uji Hipotesis	51
1. Persamaan Regresi Linier Beganda	52
2. Hasil Uji F (Simultan)	53
3. Koefisien Determinasi	53
4. Hasil Uji T (Parsial)	54
5. Pengaruh Dominan	55
4.1.6. Pembahasan	55
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	58
5.1. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjualan FIVEDEC Shoes Bogor Periode 2018 Hingga 2023 .	2
Tabel 1.2. Perbandingan Data Penjualan <i>Offline</i> dan <i>Online</i> Tahun 2020-2022 .	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	21
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	28
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	36
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Variabel Harga	39
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Variabel Promosi	40
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	42
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	43
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	46
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	46
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	46
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	47
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.11. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	49
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolonieritas	50
Tabel 4.13. Hasil Uji Heteroskedasitas Glejser	51
Tabel 4.14. Hasil Uji Regresi Berganda.....	52
Tabel 4.15. Hasil Uji F (Uji Simultan).....	53
Tabel 4.16. Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 4.17. Hasil Uji T (Uji Parsial).....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Penjualan	3
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir Penelitian	19
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas	48
Gambar 4.1. Hasil Uji Heteroskedasitas	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	62
Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian	66
Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian	67
Lampiran 4. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Reliabilitas)	68
Lampiran 5. Hasil Output SPSS (Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis).....	72
Lampiran 6. Kartu Bimbingan	76
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup	77
Lampiran 8. Tabel F	78
Lampiran 9. Tabel T	7