

**PENGARUH HARGA PROMOSI
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT KRISTAL KOMPUTERINDO
PERKASA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

Shall win

140910051

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH HARGA PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT KRISTAL
KOMPUTERINDO PERKASA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**



DISUSUN OLEH :

Shall win

140910051

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Nama : Shall Win
NPM : 140910051
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH HARGA PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT KRISTAL KOMPUTERINDO PERKASA DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi. ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi. ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi. ini digugurkan dan skripsi. yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 02 Februari 2018

Materai 6000

Shall Win
140910051

**PENGARUH HARGA PROMOSI
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT KRISTAL KOMPUTERINDO
PERKASA DI KOTA BATAM**

**Oleh:
Shall Win
140910051**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 02 Februari 2018

Hikmah, S.E., M.Si.

Pembimbing

ABSTRAK

Dunia pemasaran tidak bisa terhindar dari namanya persaingan, hal ini dapat dilihat dari banyaknya kemunculan perusahaan-perusahaan baru yang ingin menguasai dunia bisnis, salah satu syarat yang perlu dilakukan perusahaan untuk mencapai sukses dalam persaingan yang semakin ketat ini dengan cara menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan memberikan produk yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut dengan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, karena ini semua sangat tergantung pada kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kristal Komputerindo Perkasa. Sampel yang diambil dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*, dan teknik pengumpulan data menggunakan metode survey melalui kuesioner. Ukuran besarnya sampel yang diambil dengan menggunakan rumus slovin adalah sebesar 119 responden. Metode pengolahan data menggunakan metode regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 21. Berdasarkan hasil pengujian, dapat diketahui bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen, serta harga, promosi dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The world of marketing can not avoid the name of the competition, this can be seen from the many occurrences of new companies who want to dominate the business world, one of the conditions that companies need to do to achieve success in this increasingly fierce competition by creating and retaining customers. Every company should strive to produce and deliver products that consumers want at a reasonable price. By demkian, every company must be able to understand the viability of the company by trying to meet the needs and desires of consumers, because this all depends on customer satisfaction. This study aims to determine and analyze the influence of price, promotion and product quality on customer satisfaction at PT Kristal Komputerindo Perkasa. Samples taken with non probability sampling technique with accidental sampling method, and data collection technique using survey method through questionnaire. The size of the sample taken using the slovin formula is 119 respondents. The method of data processing using multiple linear regression method with tools of SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 21. Based on the test results, it can be seen that the Price has a positive and significant impact on Consumer Satisfaction, promotion has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction, positive and significant to consumer satisfaction, as well as price, promotion and product quality simultaneously have a positive and significant influence on customer satisfaction.

Keywords: Price, Promotion, and Product Quality to Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Segala hormat, kemuliaan dan pujian bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom, M.SI. selaku rektor Universitas Putera Batam
2. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
3. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
4. Dosen dan Staf Universitas Putera Batam
5. Bapak Jeffry sebagai Supervisor PT Kristal Komputerindo Perkasa yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di PT Kristal Komputerindo Perkasa.
6. Seluruh Staf PT Kristal Komputerindo Perkasa yang telah sangat banyak membantu dalam pengambilan data dan penyebaran Kuisisioner.
7. Sri Nuraini, Kedua orang tua dan segenap keluarga tercinta yang selalu mendorong, mengingatkan, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi
8. Semua sahabatku dan teman-teman seperjuangan Manajemen terutama Jerry, Lido Wibowo David Erwin dan Hendri. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik Nya, Amin.

Batam, 02 Februari 2018

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN.....	i
SURAT PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Rumusan Masalah.....	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.6.1. Manfaat Secara Teoritis	9
1.6.2. Manfaat Secara Praktis.....	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Harga.....	11
2.1.1.1. Pengertian Harga	11
2.1.1.2. Tujuan Penetapan Harga	12
2.1.1.3. Strategi Penetapan Harga	13
2.1.1.4. Metode Penetapan Harga Jual	15
2.1.1.5. Indikator Harga.....	16
2.1.2. Promosi.....	17
2.1.2.1. Pengertian Promosi	17
2.1.2.2. Strategi Promosi	18
2.1.2.3. Tujuan Promosi.....	19
2.1.2.4. Metode Promosi.....	20
2.1.2.5. Indikator Promosi	21
2.1.3. Kualitas Produk	21
2.1.3.1. Pengertian Kualitas Produk.....	21

2.1.3.2. Tujuan Kualitas Produk	22
2.1.3.3. Dimensi Kualitas Produk	23
2.1.3.4. Pendekatan perspektif Kualitas produk	24
2.1.3.5. Indikator Kualitas Produk	26
2.1.4. Kepuasan Konsumen.....	27
2.1.4.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	27
2.1.4.3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	28
2.1.4.3. Meningkatkan Kepuasan Konsumen	30
2.1.4.4. Membentuk Fokus Kepuasan Pelanggan	31
2.1.4.5. Indikator Kepuasan Konsumen	32
2.2. Penelitian Terdahulu	33
2.3. Kerangka Pikir	36
2.4. Hipotesis	37
 BAB III METODE PENELITIAN	 38
3.1. Desain Penelitian	38
3.2. Operasional Variabel.....	38
3.2.1. Variabel Bebas (Independen Variable)	39
3.2.2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	40
3.3. Populasi dan Sampel	42
3.3.1. Populasi	42
3.3.2. Sampel.....	42
3.4. Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1. Instrumen Penelitian	44
3.5. Metode Analisis Data.....	44
3.5.1. Analisis Deskriptif	45
3.5.2. Uji Kualitas Data	45
3.5.2.1. Pengujian Validitas Instrumen	46
3.5.2.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen	47
3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5.3.1. Uji Normalitas	47
3.5.3.2. Uji Multikolinearitas.....	48
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.5.4. Uji Pengaruh	48
3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda	48
3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi	49
3.5.5. Uji Hipotesis	50
3.5.5.1. Uji T	50
3.5.5.2. Uji F	51
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	52

3.6.1. Lokasi Penelitian.....	52
3.6.2. Jadwal Penelitian	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Hasil Penelitan	54
4.1.1. Profil Responden.....	54
4.1.1.1. Profil Responden berdasarkan Usia	54
4.1.1.2. Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.1.3. Profil Responden berdasarkan Pendidikan.....	56
4.1.1.4. Profil Responden berdasarkan Penghasilan	56
4.1.2 Analisis Deskriptif	57
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data	62
4.1.4. Hasil Uji Realibilitas Data.....	66
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi	68
4.1.5.1. Hasil Uji Normalitas	68
4.1.5.2. Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	70
4.1.5.3. Hasil Uji Multikolinearitas	71
4.1.5.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.1.6. Hasil Uji Pengaruh	73
4.1.6.1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
4.1.6.2. Koefisien Determinasi (R^2)	75
4.1.7. Uji Hipotesis	76
4.1.7.1. Uji Parsial (Uji T)	76
4.1.7.2. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	78
4.2. Pembahasan	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN I : PENDUKUNG PENELITIAN	
LAMPIRAN II : DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN III : SURAT KETERANGAN PENELITIAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir	36
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	69
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot).....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Operasional Variabel Penelitian	41
Tabel 3. 2. Jadwal Penelitian	53
Tabel 4. 1. Profil Responden berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 2. Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 3. Profil Responden berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 4. 4. Profil Responden berdasarkan Penghasilan.....	57
Tabel 4. 5. Rentang Skala	57
Tabel 4. 6. Hasil Analisis Deskripsi Variabel Harga (X1)	58
Tabel 4. 7. Hasil Analisis Deskripsi Variabel Promosi (X2).....	59
Tabel 4. 8. Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3).....	60
Tabel 4. 9. Hasil Analisis Deskripsi Variabel Y	62
Tabel 4. 10. Hasil Uji Validitas Variabel Harga(X1)	63
Tabel 4. 11. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2).....	64
Tabel 4. 12. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3).....	65
Tabel 4. 13. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen(Y).....	65
Tabel 4. 14. Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas	66
Tabel 4. 15. Hasil Uji Realibilitas Variabel Harga (X1).....	67
Tabel 4. 16. Hasil Uji Realibilitas Variabel Promosi (X2)	67
Tabel 4. 17. Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk (X3)	68
Tabel 4. 18. Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	68
Tabel 4. 19. Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	71
Tabel 4. 20. Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4. 21. Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
Tabel 4. 22. Hasil Koefisien Regresi	74
Tabel 4. 23. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	75
Tabel 4. 24. Hasil Uji t.....	77
Tabel 4. 25. Hasil Uji F	78

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1. Korelasi Pearson Product Moment.....	46
Rumus 3. 2. Regresi Linear Berganda	49
Rumus 3. 3. Uji t.....	51
Rumus 3. 4. Uji F.....	52