

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
IPHONE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DENGAN PERILAKU KONSUMEN SEBAGAI
VARIABLE INTERVENING
(STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS
BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)**

SKRIPSI

Oleh:

Nicky Liane Yonatan

201910325146



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk *Iphone* terhadap
Kepuasan Pelanggan dengan Perilaku Konsumen sebagai
Variable Intervening. (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Nicky Liane Yonatan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325146

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

Jakarta, 10 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hadita S.Pd. M.M

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0329048302

NIDN. 0327037601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk *Iphone* terhadap
Kepuasan Pelanggan dengan Perilaku Konsumen sebagai
Variable Intervening. (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Nicky Liane Yonatan

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325146

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

Jakarta, 13 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M

NIDN. 0319067606

Sekretaris Tim Penguji : Nita Komala Dewi, S.I.Kom., M.M

NIDN. 0314048302

Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN. 0329048302

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN. 0329048302

Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA
NIDN. 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk *Iphone* terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Perilaku Konsumen sebagai Variable Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



52243AKX544621898

Nicky Liane Yonatan

201910325146

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah perilaku konsumen dapat memengaruhi hubungan dari promosi, kualitas produk dan kepuasan pelanggan yang ditemukan pada perusahaan *Apple* terkhusus produk *Iphone*. Dengan metode penelitian kuantitatif, populasi dan sample yang diperoleh dari mahasiswa/i Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan Hair. Sample yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 115 responden mahasiswa/i Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan terfokus pada pengguna produk *Iphone* dengan menggunakan teknik analisis SEM-PLS. *Variable* promosi, kualitas produk, kepuasan konsumen ditemukan pengaruh langsung nyata dan *significant* terhadap perilaku konsumen. *Variable* promosi dan kualitas produk ditemukan pengaruh langsung dan nyata terhadap kepuasan pelanggan. *Variable* promosi dan kualitas produk ditemukan pengaruh perilaku konsumen. *Variable* Promosi terhadap perilaku konsumen melalui kepuasan konsumen ditemukan pengaruh nyata dan mampu memediasi dengan baik. *Variable* kualitas produk terhadap perilaku konsumen melalui kepuasan konsumen mampu memediasi dengan baik. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini memiliki kekurangan dan keterbatasan, namun daripada itu peneliti mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait didalam penelitian ini. penelitian ini dapat digunakan guna memperluas pengetahuan dan melengkapi literatur mengenai Pengaruh Promosi, Kualitas Produk *Iphone* terhadap Kepuasan Konsumen dengan Perilaku Konsumen sebagai *Variable* Intervening.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Perilaku Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine whether consumer behavior can affect the relationship of promotion, product quality and customer satisfaction found in Apple companies, especially Iphone products. With quantitative research methods, the population and samples obtained from students of Bhayangkara University Jakarta Raya using purposive sampling and Hair method. The sample used in this study was 115 student respondents from Bhayangkara University, Greater Jakarta and focused on Iphone product users using SEM-PLS analysis techniques. Promotion variables, product quality, customer satisfaction are found to have a real and significant direct effect on consumer behavior. Promotion and product quality variables are found to have a direct and significant effect on customer satisfaction. Promotion variables and product quality are found to influence consumer behavior. Promotion variables on consumer behavior through customer satisfaction are found to have a real influence and are able to mediate well. Variable product quality on consumer behavior through customer satisfaction is able to mediate well. Researchers realize that this research has shortcomings and limitations, but rather than that, researchers hope that this research can be useful for the parties involved in this study. this research can be used to expand knowledge and complement the literature on the Effect of Promotion, Iphone Product Quality on Consumer Satisfaction with Consumer Behavior as an Intervening Variable.

Keywords: *Promotion, Product Quality, Consumer Satisfaction, and Consumer Behavior.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Melalui skripsi ini peneliti meneliti bagaimana Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk *Iphone* di kalangan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi terhadap Kepuasan Mahasiswa dan apakah ditemukan pengaruh Perilaku Konsumen dari mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti dan khususnya untuk mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis guna menyempurnakan kembali penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti, serta bermanfaat untuk pembaca yang mencari referensi bahan bacaan.

Peneliti menyadari dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih, kepada:

1. Bapak Inspektur Jenderal Polisi (P) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Dr. Achmad Fauzi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti.
5. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberi bimbingan, dukungan, serta ilmu dalam penyelesaian skripsi.

6. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberi ilmunya kepada peneliti dari awal memasuki perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk kedua orang tua peneliti, Papa Yopie Yonatan dan Mendiang Almarhumah Mama Elly Herlina, yang selalu memberikan dukungan moril dan materil kepada peneliti dari awal memasuki perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk Shofi Amalia, Indira Hari Windari, Hana Fauziah, dan Yenita Ardi selaku sahabat peneliti sedari kecil yang telah memberikan dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Untuk Bonar Lumban Tobing selaku rekan terdekat peneliti yang selalu mendukung dan menemani peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Untuk Gustinus, Rizka, Mar'atus, Tian, Lulu, Farhan, Hazman, dan Araya selaku rekan organisasi, yang telah memberikan dukungan, ilmu, dan arahan kepada peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Untuk BEM KM Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, selaku organisasi kemahasiswaan yang sudah menjadi keluarga bagi peneliti dan sebagai wadah untuk mengembangkan potensi.
12. Untuk Dysa Marlina, Lyana Arrtiyanti, dan Dea Azzahra selaku teman seperjuangan peneliti dari awal masuk perkuliahan hingga saat ini dan sebagai tempat mencurahkan isi hati peneliti.
13. Untuk Rifqi, Jefri, Jeremi, Andrian, dan Maichel, selaku anggota *actic sound* yang memberi dukungan dan hiburan dalam mengerjakan skripsi ini.
14. Untuk *Archaic Coffee* dan *Janji Jiwa Coffee* Summarecon Bekasi sebagai tempat peneliti menyelesaikan skripsi ini.
15. Dan seluruh rekan-rekan di lingkup Civitas Akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan.

Peneliti menyadari masih adanya kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mengharapkan adanya kritik serta saran yang dapat memperbaiki kekurangan yang ada dalam penyusunan penelitian ini. Akhir kata, peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca dan pihak – pihak lain yang berkepentingan.

Jakarta, Juni 2023

Nicky Liane Yonatan
201910325146



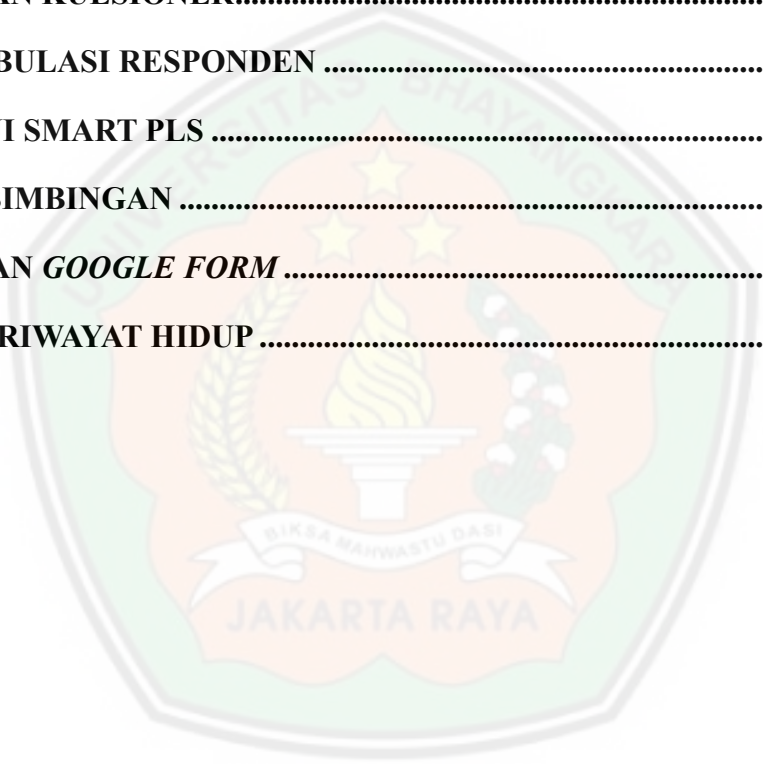
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABLE	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penelitian	13
BAB II	15
TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Telaah Teoritis	15
2.1.1 Promosi.....	15
2.1.2 Kualitas Produk	17
2.1.3 Kepuasan Konsumen	19
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	21

2.2 Teori Empiris	24
2.2.1 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual	31
2.4 Hipotesis	31
2.4.1 Pengaruh Promosi terhadap Perilaku Konsumen Produk <i>Iphone</i>	31
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Perilaku Konsumen Produk <i>Iphone</i>	31
2.4.3 Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Kepuasan Pelanggan Produk <i>Iphone</i>	32
2.4.4 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Produk <i>Iphone</i>	32
2.4.5 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk <i>Iphone</i>	32
2.4.6 Pengaruh Promosi terhadap Perilaku Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Produk <i>Iphone</i>	33
2.4.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Perilaku Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Produk <i>Iphone</i>	33
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi Penelitian	31
3.2.2 <i>Sample</i> Penelitian	32
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.3.1 Jenis Data dan Sumber Data.....	33
3.4 Definisi Operasional <i>Variable</i> dan Skala Pengukuran.....	34
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	37

3.5.1 Metode Analisis Data SEM PLS.....	37
3.5.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>outer model</i>).....	38
3.5.3 Evaluasi Model Struktural (<i>inner model</i>).....	39
3.5.4 Pengujian Hipotesis	40
BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1 Produk <i>Iphone</i>	42
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Deskripsi Data	44
4.2.2 Identitas Responden	45
4.2.3 Hasil Analisis Data	47
4.3 Pembahasan.....	61
4.3.1 Promosi terhadap Perilaku Konsumen	61
4.3.2 Kualitas Produk terhadap Perilaku Konsumen.....	62
4.3.3 Perilaku Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen.....	62
4.3.4 Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.....	62
4.3.5 Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	63
4.3.6 Pengaruh Promosi terhadap Perilaku Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	63
4.3.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Perilaku Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	63
BAB V.....	66
PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66

5.2 Keterbatasan Penelitian	67
5.3 Saran	67
REFERENSI.....	70
LAMPIRAN.....	75
UJI PLAGIARISME SKRIPSI.....	76
UJI REFERENSI SKRIPSI	79
LAMPIRAN KUESIONER.....	87
DATA TABULASI RESPONDEN	91
HASIL UJI SMART PLS	98
KARTU BIMBINGAN	102
LAMPIRAN <i>GOOGLE FORM</i>	103
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	104



DAFTAR *TABLE*

Table 1.1 Hasil Wawancara Dengan Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Table 3.1 Skala Likert.....	35
Table 3.2 Table Operasional Variable.....	35
Table 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Angkatan	45
Table 4.4 Hasil Outer Loading	49
Table 4.5 Hasil Average Variance Extracred	50
Table 4.6 Hasil Cross Loading	51
Table 4.7 Hasil Composite Reliability & Cronbach Alpha.....	52
Table 4.8 Hasil R-Square (R²)	54
Table 4.9 Hasil Uji (Q²).....	55
Table 4.10 Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur).....	56
Table 4.11 Hasil Mediasi (Specific Indirect Effect).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Volume Pengiriman Smartphone Global Berdasarkan Merek (Kuartal IV-2022)	4
Gambar 1.2 Pendapatan iPhone (Q1 2020-QI 2022)	5
Gambar 1.3 Alasan Konsumen Memilih Produk iPhone	6
Gambar 4.1 Logo Apple	41
Gambar 4.2 Seri Iphone	42
Gambar 4.3 Seri Iphone	42
Gambar 4.4 Seri Iphone	43
Gambar 4.5 Seri Iphone	43
Gambar 4.6 Seri Iphone	44
Gambar 4.7 Outer Model	48
Gambar 4.8 Hasil Inner Model	53