

**ANALISA HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
“AYAM BAKAR KHAS PADANG”**

**SKRIPSI**

**DISUSUN OLEH  
DEDE RISUANDI  
(201910325452)**



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

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisa Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan  
Terhadap Kepuasan Pelanggan “Ayam Bakar Khas  
Padang”

Nama Mahasiswa : Dede Risuandi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325452

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2023

Jakarta, 14 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Neng Siti Komariah, S.E., M.M

NIDN: 0327128105

Pembimbing II



Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc

NIDN: 0303017106

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisa Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan  
Terhadap Kepuasan Pelanggan “Ayam Bakar Khas  
Padang”

Nama Mahasiswa : Dede Risuandi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325452

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2023

Jakarta, 14 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Novita Wahyu Setyawati, S.E., M.M  
NIDN. 0313117902

Sekretaris Tim Penguji : Neng Siti Komariah S.E., M.M  
NIDN. 0327128105

Penguji : Hasanuddin, S.I.P., M.AP  
NIDN. 0302066905

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 “Analisa Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan “Ayam Bakar Khas Padang” Adalah benar-benar merupakan asli karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang dituliseleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan 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 memberikan skripsi ini dipinjam dan digandakan 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 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 10 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Dede Risuandi

NPM: 201910325452

## ABSTRAK

Dede Risuandi 20191032545. Analisa Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan “Ayam Bakar Khas Padang”.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan “Ayam Bakar Khas Padang”. Perkembangan industri Kuliner di Indonesia telah menciptakan persaingan yang ketat, terutama dalam ranah UMKM. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Metode ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan yang telah melakukan pembelian di “Ayam Bakar Khas Padang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang wajar dan sesuai ditambah berbagai macam promosi disertai peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan “Ayam Bakar Khas Padang”

Kata Kunci: harga, promosi, kualitas pelayanan, kepuasan

## **ABSTRACT**

Dede Risuandi 201910325452. *Analysis of Price, Promotion, and Quality of Service on Customer Satisfaction “Ayam Bakar Khas Padang”*

*This study aims to analyze the effect of price, promotion, and quality of service on customer satisfaction “Ayam Bakar Khas Padang” The development of the culinary industry in Indonesia has created intense competition, especially in the UMKM sector. Therefore, it is important to understand the factors that influence affect customer satisfaction. This research method utilizes a quantitative approach, with data collection through questionnaires distributed to customers who have made purchases at the “Ayam Bakar Khas Padang” The results of the study show that price, promotion, and quality of service have a significant influence on customer satisfaction. Reasonable and appropriate price plus various kinds of promotions along with improving quality of service are important factors in determining customer satisfaction.*

*Keywords: price, promotion, quality of service, satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada kehadiran Allah SWT, karena dengan ijin serta segala rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISA HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN “AYAM BAKAR KHAS PADANG”**.

Skripsi ini disusun sebagai syarat dalam mendapatkan gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis dengan segala hormat serta kerendahan hati, perkenankanlah untuk mengucapkan terima kasih kepada :

1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Dewi Puspitaningtyas Faeni, BSc, M.B.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M, selaku ketua prodi manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing akademik yang selalu membimbing dan menjadi orang tua saya dikampus selama ini. Semoga bapak dan keluarga selalu dalam lindungan Allah SWT.
5. Neng Siti Komariah, S.E., M.M dosen pembimbing I skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberikan arahan kepada

saya sehingga dapat menyelesaikan proposal ini dengan semaksimal mungkin.

6. Dewi Sri Wulandari, S.E, M.Sc selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberikan arahan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan proposal ini dengan semaksimal mungkin.
7. Teruntuk Keluarga saya Bapak Ameri Suandi, Ibu Erna Yenti, Kakak saya Irfan Wahyudi dan Adik saya Ario, Arif, Fiolla, dan Amara yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moral kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Seluruh dosen serta jajaran staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan berharga bagi saya selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan proposal ini.
9. Kepada semua teman – teman saya kelas A6 yang selalu memberikan dukungan serta pengalaman selama perkuliahan sampai saya menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Farras Fadhilah dan Inas Fadila yang selalu membantu saya membuat skripsi ini.
11. Kepada Wiwin Winarsih yang selalu memberi motivasi, mendukung, dan menemani saya dalam mengerjakan skripsi ini.
12. Diri saya sendiri, yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan tugas akhir ini. Terimakasih karena sudah berjuang dan selalu berusaha yang terbaik dalam mengerjakan untuk menyelesaikan skripsi ini.



Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran pembaca.

Jakarta, 28 Juni 2023

Penulis



Dede Risuandi  
NPM: 201910325452



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Telaah Teoritis.....	8
2.1.1 Teori Pemasaran.....	8
2.1.1.1 Pengertian Teori Pemasaran.....	8
2.1.1.2 Tujuan Pemasaran.....	9
2.1.1.3 Fungsi Pemasaran.....	9
2.1.1.4 Strategi Pemasaran.....	10
2.1.1.5 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.2 Harga.....	13
2.1.2.1 Pengertian Harga.....	13
2.1.2.2 Strategi Penetapan Harga.....	14
2.1.2.3 Tujuan Penetapan Harga.....	16
2.1.2.4 Faktor-Faktor Penetapan Harga.....	17

2.1.2.5 Indikator Harga.....	19
2.1.3 Promosi.....	19
2.1.3.1 Pengertian Promosi.....	19
2.1.3.2 Tujuan Promosi.....	20
2.1.3.3 Alat-alat Promosi.....	22
2.1.3.4 Fungsi Promosi.....	23
2.1.3.5 Bentuk Promosi.....	24
2.1.3.6 Indikator Promosi.....	25
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	25
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	25
2.1.4.2 Prinsip Kualitas Pelayanan.....	26
2.1.4.3 Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan.....	27
2.1.4.4 Indikator Kualitas Pelayanan.....	31
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	32
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	32
2.1.5.2 Aspek Kepuasan Pelanggan.....	33
2.1.5.3 Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan.....	34
2.1.5.4 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	35
2.1.5.5 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	37
2.1.5.6 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	38
2.2 Telaah Empiris.....	39
2.3 Kerangka Konseptual.....	41
2.4 Hipotesis.....	42
2.4.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	42
2.4.2 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	43
2.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	43
2.4.4 Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
3.1 Desain Penelitian.....	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	46
3.4 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran.....	47
3.4.1 Operasionalisasi Variabel.....	49

3.4.1.1 Variabel Bebas (Independen Variabel).....	49
3.4.1.2 Variabel Terikat (Dependen Variabel).....	50
3.5 Metode Analisis Data.....	50
3.5.1 Uji Validitas.....	50
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	52
A. Uji Normalitas.....	52
B. Uji Multikolinearitas.....	52
C. Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.5.5 Uji Hipotesis.....	54
A. Uji T.....	54
B. Uji F.....	54
3.5.6 Koefisien Determinasi.....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	56
4.1.2 Logo Perusahaan.....	56
4.1.3 Visi Misi.....	57
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	57
4.2.2 Identitas Responden.....	58
4.3 Karakteristik Responden.....	58
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	62
4.4 Uji Kualitas Data.....	63
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	63
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	68
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4.7 Uji Hipotesis.....	73
4.7.1 Hasil Uji T.....	73
4.7.2 Hasil Uji F.....	75
4.7 Uji Koefisien Determinasi.....	76
4.8 Pembahasan.....	77
4.8.1 Pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan (Y).....	77
4.8.2 Pengaruh Promosi (X2) terhadap Kepuasan (Y).....	77
4.8.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan (Y)....	78
4.8.4 Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan.....	78
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>80</b>
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3 Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

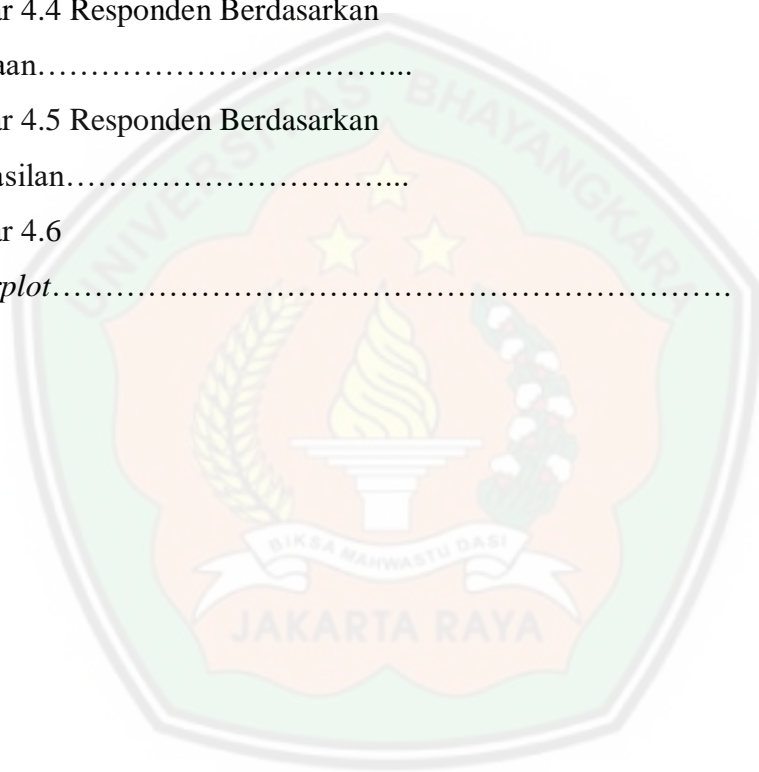
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Skala Likert.....	45
Tabel 3.2 Contoh Kuesioner dengan Skala Likert.....	46
Tabel 3.3 Definisi Operasional.....	46
Tabel 4.1 Hasil Penerimaan dan Penyebaran Kuesioner.....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Harga (X1).....	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Promosi (X2).....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3).....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kepuasan (Y).....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Nilai VIF.....	69
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	76



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	40
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	56
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	59
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	62
Gambar 4.6 Scatterplot.....	70





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme

Lampiran 2 Hasil Uji Plagiarisme

Lampiran 3 Uji Referensi

Lampiran 4 Uji Kuesioner

Lampiran 5 Data Tabulasi Responden

Lampiran 6 Hasil Output Data SPSS

Lampiran 7 Tabel R.

Lampiran 8 Tabel F

Lampiran 9 Tabel T

Lampiran 10 Buku Bimbingan

Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup

