



**UNIVERSITAS  
PGRI ADI BUANA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
CV. CENTRAL PIGORA MOJOKERTO**

M. Fachrul Yulianto

171500116

Dosen Pembimbing

Ferry Hariawan, S.E., M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021



**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. CENTRAL  
PIGORA MOJOKERTO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**M. FACHRUL YULIANTO**  
**171500116**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Hari : Jum'at

Tanggal : 28 Mei 2021

Dosen Pembimbing



Ferry Hariawan, S.E., M.M  
NPP : 1512763/DY


## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV.CENTRAL PIGORA MOJOKERTO


### Identitas Mahasiswa

- a. Nama : M Fachrul Yulianto
- b. Nim : 171500116
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- e. Alamat email : [smpn4sdafachruly9f192013@gmail.com](mailto:smpn4sdafachruly9f192013@gmail.com)

Mengesahkan  
Ketua Program Studi

  
I Made Bagus Dwiafta, S.E., M.M  
NIP: 169598/DY

Surabaya, Mei 2021  
Dosen Pembimbing

  
Ferry Hariawan, S.E., M.M  
NPP: 1512763/DY

  
Menyetujui  
Dekan  
Drs. H Teguh Purwanto, MM  
NIP: 19601222.199003.1001

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya :

Hari : Jum'at

Tanggal : 28 Mei

Tahun : 2021

Penguji I,

Penguji II,

Dr.M.Munir Rachman,Drs.,Ec.,Msi  
NPP : 1601751/DY



Bisma Arianto, S.E.,M.M  
NPP : 1302663/DY

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Fachrul Yulianto  
NIM : 171500116  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Central Pigora Mojokerto" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2020/2021 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Dengan ini pernyataan dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Surabaya, 20 Mei 2021

Mahasiswa



M. Fachrul Yulianto

171500116

**MOTTO**

“Kegagalan Merupakan Awal Dari Kesuksesan”

~\_M. Fachrul Yulianto



## KATA PENGANTAR

puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Central Pigora Mojokerto”**. Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

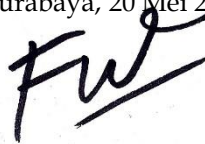
1. Bapak Dr. Marianus Subandowo, MS selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Drs. Teguh Purwanto, M.M. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. selaku Kaprodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Fery Hariawan, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing yang memberi petunjuk dan pengarahan dalam menyusun skripsi ini.
5. Segenap Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, khususnya para Bapak / Ibu yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis.
6. Bapak Sulaiman selaku pemilik CV. Central Pigora Mojokerto yang sudah memberikan izin dan bantuan kepada penulis untuk melakukan penelitian sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
7. Kedua orang tua saya tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayangnya, semangat, dan perhatian

yang sangat berarti sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

8. Sahabat-sahabat tercinta yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
9. Tak lupa seluruh teman-teman kelas Manajemen 2017 E yang turut membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan waktu yang dimiliki penulis. Saran-saran dari para pembaca akan sangat membantu kesempurnaann laporan ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 20 Mei 2021



M. Fachrul Yulianto

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 : PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	20
2.2.1 Manajemen Pemasaran .....	20
2.2.2 Harga .....	21
2.2.2.1 Pengertian Harga.....	21
2.2.2.2 Tujuan Penetapan Harga .....	22
2.2.2.3 Indikator Harga .....	23
2.2.3 Promosi.....	23
2.2.3.1 Pengertian Promosi .....	23
2.2.3.2 Tujuan Promosi .....	25

2.2.3.3 Indikator Promosi.....	26
2.2.4 Kualitas Produk.....	26
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Produk .....	26
2.2.4.2 Hal-Hal Yang Terkait Kualitas Produk .....	27
2.2.4.3 Indikator Kualitas Produk .....	29
2.2.5 Kepuasan Konsumen .....	30
2.2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	30
2.2.5.2 Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Konsumen.	31
2.2.5.3 Indikator Kepuasan Konsumen .....	32
2.3 Kerangka Konseptual .....	33
2.4 Hipotesis penelitian.....	33
BAB III : METODE PENELITIAN` .....	35
3.1 Rancangan Penelitian .....	35
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi Penelitian.....	38
3.2.2 Sampel Penelitian .....	38
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	39
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	39
3.3.1 Jenis Data.....	39
3.3.2 Sumber Data.....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data .....	40
3.4.2 Instrumen Penelitian .....	41
3.4.3 Alat Pengumpul Data.....	42
3.4.4 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
3.4.4.1 Lokasi Penelitian .....	44
3.4.4.2 Waktu Penelitian .....	44
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	44
3.5.1 Variabel Penelitian .....	44
3.5.2 Definisi Operasional Variabel .....	45

3.5.2.1 Variabel Harga ( $X_1$ ).....	45
3.5.2.2 Variabel Promosi ( $X_2$ ).....	46
3.5.2.3 Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ).....	47
3.5.2.4 Variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).....	48
3.6 Teknik Analisis Data .....	49
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian .....	49
3.6.1.1 Uji Validitas.....	49
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	49
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	50
3.6.2.1 Uji Normalita .....	50
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas .....	51
3.6.2.3 Uji Autokorelasi .....	51
3.6.2.4 Uji Heteroskedasitas.....	51
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	52
3.6.4.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t) .....	52
3.6.4.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F) .....	53
<b>BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Penyajian Data .....	55
4.1.1 Gambaran Perusahaan .....	55
4.1.1.1 Identitas Perusahaan.....	55
4.1.1.2 Struktur Kepemilikan .....	55
4.1.1.3 Sejarah Perusahaan .....	55
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan	57
4.2.1.1 Variabel Harga ( $X_1$ ).....	57
4.2.1.2 Variabel Promosi( $X_2$ ).....	58
4.2.1.3 Variabel Kualitas Produk( $X_3$ ).....	59
4.2.1.4 Variabel Kepuasan Konsumen( $Y_1$ ).....	60

4.3 Analisis Data dan Pembahasan .....	61
4.3.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	61
4.3.1.1 Uji Validitas .....	61
4.3.1.2 Uji Reliabilitas .....	75
4.3.2 Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolineritas, Autokorelasi, Heteroskedastisitas dan Analisis Regresi Linier Berganda) .....	80
4.3.2.1 Uji Normalitas .....	80
4.3.2.2 Uji Multikolineritas .....	81
4.3.2.3 Uji Autokorelasi .....	82
4.3.2.4 Uji Heteroskedastisitas .....	83
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	84
4.3.4 Pembuktian Hipotesis Penelitian .....	85
4.3.4.1 Pembuktian Hipotesis 1 .....	85
4.3.4.2 Pembuktian Hipotesis 2 .....	86
4.3.4.3 Pembuktian Hipotesis 3 .....	87
4.3.4.4 Pembuktian Hipotesis 4 .....	88
4.3.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	89
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN .....	91
5.1 Simpulan .....	91
5.2 Saran .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	95
DAFTAR LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	
Tabel 3.1Skala Pengukuran Likert .....	
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Harga ( $X_1$ ) .....	57
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi( $X_2$ ) .....	58
Tabel 4.3 Variabel Kualitas Produk( $X_3$ ) .....	59
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen ( $Y_1$ ).....	60
Tabel 4.5 Hasil Analisis IndikatorKeterjangkauan Harga ( $X_{1.1}$ ).....	62
Tabel 4.6 Hasil Analisis IndikatorKesesuaian Harga Dengan Kualitas Barang/Jasa ( $X_{1.2}$ ) .....	62
Tabel 4.7 Hasil Analisis IndikatorDaya Saing Harga ( $X_{1.3}$ )..	63
Tabel 4.8 Hasil Analisis IndikatorKesesuaian Harga Dengan Manfaat ( $X_{1.4}$ ) .....	64
Tabel 4.9 Hasil Analisis Indikator Komunikasi Tatap Muka ( $X_{2.1}$ ) .....	65
Tabel 4.10 Hasil Analisis Indikator Pendekatan Dengan Media Komunikasi ( $X_{2.2}$ ) .....	66
Tabel 4.11 Hasil Analisis Indikator Promosi Penjualan ( $X_{2.3}$ ) .....	67
Tabel 4.12 Hasil Analisis Indikator Hubungan Masyarakat ( $X_{2.4}$ ) .....	67
Tabel 4.13 Hasil Analisis Indikator Pemasaran Yang Bersifat Interaktif ( $X_{2.5}$ ).....	68
Tabel 4.14 Hasil Analisis Indikator Kinerja( <i>Performance</i> ) ( $X_{3.1}$ ) .....	69
Tabel 4.15 Hasil Analisis Indikator Daya Tahan( <i>Durability</i> ) ( $X_{3.2}$ ) .....	69
Tabel 4.16 Hasil Analisis IndikatorFitur( <i>Featurs</i> ) ( $X_{3.3}$ ) .....	70

Tabel 4.17 Hasil Analisis Indikator Reabilitas ( <i>Reability</i> )( $X_{3,4}$ )	71
Tabel 4.18 Hasil Analisis Indikator Kesesuaian Harapan ( $Y_1$ )	72
Tabel 4.19 Hasil Analisis Indikator Minat Berkunjung Kembali ( $Y_2$ )	73
Tabel 4.20 Hasil Analisis Indikator Ketersediaan Merekomendasi ( $Y_3$ )	74
Tabel 4.21 Hasil Analisis Indikator Menciptakan Citra Merek ( $Y_4$ )	75
Tabel 4.22 Uji Reliabilitas Harga( $X_1$ )	76
Tabel 4.23 Uji Reliabilitas Promosi( $X_2$ )	77
Tabel 4.24 Uji Reliabilitas Kualitas Produk( $X_3$ )	78
Tabel 4.25 Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen( $Y$ )	79
Tabel 4.26 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4.27 Uji Multikolinieritas	81
Tabel 4.28 Uji Autokorelasi	82
Tabel 4.29 Analisis Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.30 Uji-t hipotesis 1	86
Tabel 4.31 Uji-t hipotesis 2	87
Tabel 4.32 Uji-t hipotesis 3	88
Tabel 4.33 Uji- F hipotesis 4	89



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual .....	33
Gambar 2.1 Rancangan Penelitian .....	37
Gambar 4.1 Scatterplot .....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Surat Ijin Pengantar Penelitian
Lampiran 2	: Surat Balasan Penelitian
Lampiran 3	: Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
Lampiran 4	: Berita Acara Ujian Proposal
Lampiran 5	: Kuesioner Penelitian
Lampiran 6	: Tabulasi
Lampiran 7	: Output SPSS
Lampiran 8	: Kartu Bimbingan Skripsi