

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI, PERSEPSI
HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA GO-FOOD.
(Studi pada Mahasiswa STIE Malangkucecwara Malang)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

Rachmad Hari Maulidi

K.2016.1.33627

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA
MALANG
2020

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI, PERSEPSI
HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA GO-FOOD.
(Studi pada Mahasiswa STIE Malangkucecwara Malang)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

Rachmad Hari Maulidi

K.2016.1.33627

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA
MALANG
2020

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

-ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA GO-FOOD (STUDI PADA MAHASISWA STIE MALANGKUCECWARA MALANG)

Oleh :

RACHMAD HARI MAULIDI

K.2016.1.33627

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

09 September 2020 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

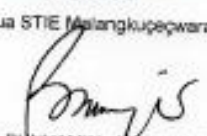
Dosen Pembimbing

ttd

Dr. GATOT SUJONO, MA

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkucewara


Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK. 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 18 Agustus 2020



Rachmad Hari Maulidi

NPK: K.2016.1.33627

SURAT KETERANGAN RISET

Perkumpulan Pengelola Pendidikan Malangkuçewara (P3.M)



STIE MALANGKUÇEWARA
d/h. ABM School of Economics



Terakreditasi "A", AKUNTANSI, 3233/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2018
Terakreditasi "A", MANAJEMEN, 2812/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2018

SURAT KETERANGAN RISET

Nomor: 0426/BAAK/VI/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dra. Lindananty, M.M
Jabatan : Kaprodi Manajemen
NIK : 202.710.194

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Rachmad Hari Maulidi
NPK : K.2016.1.33627
Program Studi : Manajemen
Mahasiswa : STIE Malangkuçewara Malang

Telah melakukan pengumpulan data dari mahasiswa STIE Malangkuçewara sebagai data skripsi dengan judul "Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Go-Food (Studi pada Mahasiswa STIE Malangkuçewara Malang)" dengan dosen pembimbing Dr. Gatot Sudjono, M.A.

Surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sesuai dengan keperluan.



Malang, 26 Juni 2020,
Kaprodi Manajemen

Lindananty
Dra. Lindananty, M.M.
N.K. 202.710.194

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs.Bunyamin,MM,Ph.D selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MALANGKUÇEÇWARA Malang yang telah memberikan kesempatan untuk menjalankan studi di STIE Malangkuçeçwara Malang.
2. Dosen Pembimbing Bapak Dr.Gatot Sujono, MA

Teman-teman penulis dan semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam mendukung dan memperlancar penelitian dalam penulisan skripsi ini. Sujud syukur dan terima kasih kepada ayah dan ibu tercinta dan tersayang, atas segala dukungan serta doa yang tiada henti dipanjatkan kepada Allah SWT, sehingga penulis bisa menyelesaikan studi. Terimakasih kepada sahabat-sahabat tercinta Ayu, Nazmi, Noval, Ricad, Maura, Nina, Rizky, Adit, Guntur, Zaki, Fajar, Obed, Bastian, Suko, Widya, Alvon dan Reza yang memberikan semangat, dan bantuannya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan lancar dan tepat waktu. Tak lupa terima kasih kepada teman-teman kelas Manajemen E 2016, UKM Kerohanian Islam dan UKM Journalist of ABM Society yang telah saya anggap saudara dan memberikan pengalaman dalam berorganisasi.

Malang, 9 Agustus 2020

Penulis,

Rachmad Hari Maulidi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji analisis pengaruh bauran promosi, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa *Gofood* (studi pada mahasiswa STIE Malangkecewara Malang). Metode penelitian yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE Malangkecewara Malang. Dari populasi sebanyak 626 orang mahasiswa diperoleh 100 orang mahasiswa sebagai sampelnya. Data analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *Gofood*, Persepsi harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *Gofood*, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *Gofood*. Variabel yang memiliki t_{hitung} tertinggi adalah variabel kualitas pelayanan. Artinya nilai perusahaan *Gofood* lebih didorong oleh kualitas pelayanan.

Kata kunci : bauran promosi, persepsi harga dan kualitas pelayanan.

ABSTRACT

This research aims to test the influence of promotion mix, price perception and quality of service to customer satisfaction of service users Gofood (study on students STIE Malangkececwara Malang). The research method used is the purposive sampling method. The population in this study is the student STIE Malangkececwara Malang. Of the population of 626 students, there were 100 students as a sampling. Analysis Data using multiple linear regression analyses. The results of this research show that the promotional mix is partially positive and significant to the consumer satisfaction of Gofood users, the perception of prices is partially positive and significant to the consumer satisfaction of Gofood users, and the quality of service has been partially positive and significant to the customer satisfaction of Gofood users. The variable that has the highest t_{hitung} is the service quality variable. The value of Gofood company is more driven by quality of service.

Keywords: *promotion mix, price perception and service quality.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
SURAT KETERANGAN RISET	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Tinjauan Teori	10
2.1.1. Pemasaran	10
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3. Bauran Promosi.....	15
2.1.4. Persepsi Harga.....	23
2.1.5. Kualitas Pelayanan	26

2.1.6. Kepuasan Konsumen.....	31
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu	33
2.3. Model Konseptual Penelitian	36
2.4. Pengembangan Hipotesis	37
BAB III	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Jenis Penelitian	38
3.2. Populasi dan Sampel	39
3.3. Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran	43
3.4. Metode Pengumpulan Data	46
3.5. Metode Analisis.....	49
BAB IV	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	58
4.2 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined. 62
4.3 Pengujian Asumsi Model dan Hipotesis	73
4.4 Pembahasan	91
BAB V.....	97
PENUTUP.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Kontribusi Penelitian	98
5.3 Keterbatasan Penelitian	98
5.4 Saran – Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan penelitian terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Variabel, sub variabel dan indikator	43
Tabel 3.2 Scoring kuisisioner	48
Tabel 4.1 Gambar Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jurusan	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	61
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Bauran Promosi.....	62
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	64
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	67
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen.....	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Valid Bauran Promosi.....	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Valid Persepsi Harga.....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Valid Kualitas Pelayanan	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Valid Kepuasan Konsumen	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel 4.14 Uji Normalitas Kolmogorov-smirnov	81
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	82
Tabel 4.16 Uji Linier Berganda	85
Tabel 4.17 Uji t	87
Tabel 4.18 Uji F	89
Tabel 4.19 Uji Koefisien Determinasi	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Konseptual Penelitian	36
Gambar 4.1 Plot Uji Normalitas	80
Gambar 4.2 Plot Uji Heteroskedastisitas	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran – 1 Bukti Bimbingan.....	104
Lampiran – 1 Kuesioner.....	106
Lampiran – 2 Uji Valid	111
Lampiran – 3 Uji Reliabilitas	115
Lampiran – 4 Uji Normalitas	116
Lampiran – 5 Uji Multikolinearitas	117
Lampiran – 6 Uji Heteroskedastisitas	117
Lampiran – 7 Uji Regresi Berganda.....	117
Lampiran – 8 Uji t.....	118
Lampiran – 9 Uji F.....	118
Lampiran – 10 Uji Koefisien Determinasi	118
Lampiran – 11 Tabel F.....	119
Lampiran – 12 Tabel t.....	120
Lampiran – 13 Tabel r.....	121