

**ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAAN KONSUMEN MEMBELI POPOK BAYI MERK  
MAMYPOKO DI KABUPATEN TULUNGAGUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri



Disusun oleh :

**Yastika Oktaviana**

NPM:18.1.02.02.0242

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA**

**UN PGRI 2022**

Skripsi oleh :

**YASTIKA OKTAVIANA**  
NPM:18.1.02.02.0242

Judul :

**ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI, TERHADAP  
KEPUASAAN KONSUMEN MEMBELI POPOK BAYI MERK  
MAMYPOKO DI KABUPATEN TULUNGAGUNG**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada  
Panitia Ujian/Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

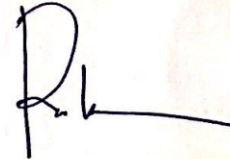
Tanggal :07 Juli 2022

Pembimbing 1,



**Zulistiani, S.Pd., M.M**  
NIDN :0730076804

Pembimbing 2,



**Rony Kurniawan, M.M**  
NIDN:0713076803

Skripsi oleh :

**YASTIKA OKTAVIANA**  
Npm :18.1.02.02.0242

Judul :

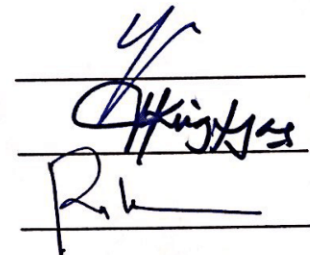
**ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI, TERHADAP  
KEPUASAAN KONSUMEN MEMBELI MAMYPOKO PANTS DI  
KABUPATEN TULUNGAGUNG**

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri  
Pada tanggal : 22 juli 2022

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Zulistiani,S.Pd.,M.M.
2. Penguji I :Dian Kusumaningtyas .,M.M.
3. Penguji II : Rony Kurniawan, M.M.



Mengetahui  
Dekan FEB



**Dr.Subagyo,M.M**  
**NIDN.0717066601**

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya .

Nama : Yastika Oktaviana  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tgl.Lahir :Blitar/16 Oktober 1999  
Fakultas :Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi :Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya ,bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi,dan sepanjang pengetahuan saya terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain ,kecuali secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri 07 juli 2022  
Yang Menyatakan



**Yastika Oktaviana**  
**NPM.18.1.02.02.0242**

**MOTTO :**

*“Man Jadda Wa Jadda ”*

*Barang Siapa yang bersungguh -sungguh ,dia pasti berhasil*

*“Man Shabara Zhafira ”*

*Barang Siapa yang bersabar maka dia akan beruntung*

Kupersembahkan untuk :

- Allah swt,atas rahmat dan hidayah -Nya saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
- Kedua orang tua saya atas dukungan yang tak terhingga untuk menyelesaikan tugas akhir ini
- Serta teman – teman seperjuangan yang menemani dan memberi semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini

## ABSTRAK

**Yastika Oktaviana** “Analisis Harga, Kualitas Produk Dan Promosi , terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Popok Bayi Merk Mamypoko Pants Di Kabupaten Tulungagung ”, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022

**Kata Kunci** : Harga, Kualitas Produk, Promosi, Kepuasan Konsumen .

Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi terhadap kepuasan konsumen dalam membeli Mamypoko pants di kabupaten Tulungagung . Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, dan yang menggunakan data -data berupa angka sebagai alat dalam menganalisis keterangan mengenai yang ingin diketahui , menggunakan 40 sampel dengan mengambil masyarakat yang membeli Mamypoko Pants di Kabupaten Tulungagung , menggunakan metode incidental sampling data pokok dari sampel dikumpulkan dengan menggunakan instrumen kuesioner yang mencakup tentang Harga, Kualitas Produk, Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Mamypoko Pants di Kabupaten Tulungagung. Teknik Analisis data menggunakan Uji asumsi Klasik , Uji linier berganda , Koefisien determinasi , Uji F . Hasil penelitian adalah Harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan Konsumen Membeli Mamypoko Pants di Kabupaten Tulungagung , Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen membeli Mamypoko Pants di Kabupaten Tulungagung , Promosi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen membeli Mamypoko Pants di Kabupaten Tulungagung . Variabel Harga , Kualitas Produk , Promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen .



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha kuasa,karena hanya atas perkenan -nya tugas menyusun proposal ini dapat diselesaikan .

Skripsi dengan Judul **“Analisis Harga,Kualitas Produk Dan Promosi,Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Popok Bayi Merk Mamypoko Pants Di Kabupaten Tulungagung ”**ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Dr.Zainal Afandi ,Mpd selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Bapak Dr.Subagyo,M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina ,M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Zulistiani,SPd.,M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran,masukan,pengarahan dalam penyusunan Skripsi dari awal hingga akhir.
5. Bapak Rony Kurniawan ,M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan motivasi,nasehat,dan pengarahan dalam penyusunan Skripsi dari awal hingga akhir .
6. Orang tua yang selalu mendukung ,mendoakan dan memberikan bantuan moral maupun materil.
7. *“Thank you for me for fighting until this moment”*.
8. Teman -teman serta sahabat yang selalu memberikan suport dan semangat dalam pengerjaan Skripsi ini.

9. Serta ucapan terima kasih Kepada Masyarakat Kabupaten Tulungagung yang telah bersedia mengisi Kuesioner saya ,serta dukungannya dalam pengerjaan Skripsi ini.

Akhirnya disertai harapan semoga Skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua,khususnya bagi dunia pendidikan .

Kediri,07 juli 2022

**Yastika Oktaviana**  
**18.1.02.02.0242**



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan penelitian .....	10
F. Kegunaan Penelitian.....	11
<b>BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>13</b>
A. Kajian Teori .....	13
1. Kepuasan Konsumen.....	13
a. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	13
b. Faktor- faktor Kepuasan Konsumen.....	14
c. Indikator dari Kepuasan Konsumen .....	15
d. Manfaat Kepuasan Konsumen.....	15
2. Harga.....	16
a. Pengertian Harga .....	16
b. Faktor-faktor Harga .....	17
c. Indikator dari Harga.....	19
d. Tujuan Penetapan Harga .....	19
e. Metode Penetapan Harga .....	20
f. Harga Dari Produk MamyPoko .....	20
3. Kualitas Produk.....	22
a. Pengertian Kualitas Produk.....	22
b. Faktor-faktor Kualitas Produk.....	22
c. Indikator dari Kualitas Produk .....	23
d. Klasifikasi Produk .....	24
e. Strategi Produk .....	24
4. Promosi.....	26
a. Pengertian Promosi.....	26

b. Tujuan Promosi .....	26
c. Bauran Promosi .....	27
d. Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation and Publicity</i> ) .....	28
B. Penelitian Terdahulu .....	29
C. Kerangka Berpikir .....	36
1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	36
2. Pengaruh kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	37
3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	38
4. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi terhadap Kepuasan Konsumen .....	39
D. Kerangka Konseptual .....	40
E. Hipotesis .....	41

### **BAB III : METODE PENELITIAN..... 42**

A. Variabel Penelitian .....	42
1. Identifikasi Variabel .....	42
a. Variabel Terikat (Dependen Variabel) .....	42
b. Variabel Bebas (Independen Variabel) .....	42
a. Variabel Terikat (Y) .....	43
b. Variabel bebas X .....	43
B. Teknik Dan Pendekatan Penelitian .....	46
1. Teknik Penelitian .....	46
2. Pendekatan Penelitian .....	47
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	47
1. Tempat Penelitian .....	47
2. Waktu Penelitian .....	47
D. Populasi dan Sampel .....	47
1. Populasi .....	47
2. Sampel .....	48
E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data .....	49
1. Pengembangan Instrumen .....	49
2. Validasi Instrumen .....	50
a. Uji Validitas .....	50
b. Uji Reliabilitas .....	53
1. Sumber Dan Langkah – langkah Pengumpulan Data .....	54
a. Kuesioner .....	54
b. Studi Kepustakaan .....	55
G. Teknik Analisis Data .....	55
1. Statistik Deskriptis .....	55
2. Uji Asumsi Klasik .....	55
a. Uji Normalitas .....	55
b. Uji Multikolinieritas .....	57
c. Uji heteroskedastisitas .....	57
d. Uji Autokorelasi .....	58
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	59
4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	60

5. Uji Hipotesis.....	60
a. Uji t (Uji Parsial ) .....	60
b. Uji F (Uji simultan ) .....	61
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	63
1. Sejarah Umum Perusahaan MamyPoko Pants.....	63
2. Visi Misi PT.Unicharm Indonesia Tbk. ....	65
3. Struktur Organisasi.....	66
B. Deskripsi Data Variabel.....	70
C. Deskripsi Data Variabel Penelitian .....	72
1. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	72
2. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga (X1) .....	74
3. Tanggapan Responden mengenai kualitas Produk (X2) .....	75
4. Tanggapan Responden Mengenai Promosi (X3) .....	78
D. Analisis Data.....	79
1. Uji Asumsi Klasik.....	79
a. Uji Normalitas .....	79
b. Uji Multikolinieritas .....	81
c. Uji Autokolerasi.....	82
d. Uji Heteroksiditas .....	83
2. Uji Regresi Linier Berganda.....	83
3. Koefisien Determinasi.....	84
E. Uji Hipotesis .....	85
1. Uji t ( Uji pengaruh secara parsial / individu ) .....	85
2. Uji F ( Uji pengaruh secara simultan / serempak ) .....	87
F. Pembahasan.....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan .....	93
B. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index (TBI ) Produk Diapres MamyPoko .....	4
Tabel 2.1 Indikator Kepuasan Konsumen .....	15
Tabel 2.2 Harga Produk MamyPoko Pants .....	20
Tabel 2.3 Indikator Kualitas Produk.....	23
Tabel 2.4 Data penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Kisi – Kisi instrumen.....	49
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen(Y) .....	51
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Harga (X1) .....	51
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	52
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Promosi (X3).....	52
Tabel 3.6 Hasil Uji Reabilitas .....	53
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	71
Tabel 4.3 Tanggapan Responden mengenai Kepuasan Konsumen (Y).....	72
Tabel 4.4 Tanggapan Respoden Mengenai Harga (X1).....	74
Tabel 4.5 Tanggapan Mengenai Variabel Kualitas produk (X2) .....	76
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Promosi (X3) .....	78
Tabel 4.7 Uji Kolmogorov-Smirnov.....	81
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas .....	81
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi.....	82
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Determinasi .....	85
Tabel 4. 12 Hasil Uji t.....	85
Tabel 4. 13 Hasil Uji F.....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 :Kerangka Konseptual.....	56
4.1 :Hasil Uji Normaditas .....	96
4.2 :Hasil Uji Heterokedasitas.....	98

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 :Kuesioner Penelitian.....	114
2 :Data Penelitian Jenis Kelamin Dan Usia Responen.....	118
3 :Data Penelitian Kepuasan Konsumen (Y).....	119
4 :Data Penelitian Harga (X1).....	120
5 :Data Penelitian kualitas Produk (X2).....	121
6 :Data Penelitian Promosi (X3).....	122
7 :Output Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	123
8 :Output Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	124
9 :Output Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	125
10 :Output Uji Validitas Promosi (X3).....	126
11 :Output Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen (Y).....	127
12 :Output Uji Reabilitas Variabel Harga (X1).....	128
13 Output Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	129
14 :Output Uji Reabilitas Variabel Promosi (X3).....	130
15 :Output SPSS Statistika Deskriptif.....	131
16 :Surat Izin Penelitian .....	142
17 :Lampiran Berita acara .....	144
18 :Lampiran Dokumentasi.....	145

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki angka populasi yang besar, dengan laju pertumbuhan penduduk 1,49 % , berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS ) di akhir tahun 2020 ini angka kelahiran bayi menyentuh lebih dari 13,020 bayi .*James Boey* ,*General Manager Reed Panorama Exhibitions* menyatakan perkembangan bisnis perlengkapan ibu hamil , bayi dinilai sangat menjanjikan dan memiliki masa depan yang cerah.

Menurut Lubis (2015), satu dari 10 konsumen Asia Tenggara memiliki seorang anak berusia dibawah satu tahun dalam rumah tangga mereka, salah satunya adalah Negara Indonesia yang terdapat 10 % konsumen yang memiliki anak berusia dibawah satu tahun 11 % konsumen yang memiliki anak usia 1-2 tahun .jumlah dengan presentase tertinggi keempat setelah negara Vietnam dan philippines

Rilis terbaru dari WPP dan *Millward Brown* tentang *Brand Top 100 most Valuable global 2015* menunjukkan bahwa brand value meningkat dalam 10 tahun terakhir , lebih lanjut fakta menunjukkan bahwa dalam 10 tahun ini berinvestasi untuk menciptakan brand yang kuat dan *valuable* terbukti mampu memberikan keuntungan kepada *shareholders*.



Menurut (Albisser, 2022), Brand yang dipercaya konsumen adalah brand yang menjadi *top of mind* saat konsumen membeli produk, namun yang harus diingat adalah kepercayaan bisa saja hilang. Dengan berkembangnya sosial media saat ini, *action sang brand* menjadi mudah terlihat.

Fenomena persaingan antara perusahaan yang ada telah membuat setiap perusahaan menyadari suatu kebutuhan untuk memaksimalkan aset-aset perusahaan demi kelangsungan perusahaan yang menghasilkan produk. Salah satu aset perkembangan produk yang semakin banyak pilihan dan diiringi tumbuhnya jumlah persaingan produk diapresiasi yang digunakan sebagai alat dalam persaingan menghadapi produk-produk perusahaan lain, memasuki pangsa pasar industri yang semakin ketat perusahaan harus cerdas mencari peluang. Selama beberapa tahun terakhir, kinerja produk-produk anak dan balita memang cenderung semakin terus positif, mengingat pasar Indonesia didominasi oleh generasi produktif dengan angka kelahiran bayi yang cukup tinggi.

Dengan perilaku orang tua pada tahapan anak usia dibawah 2 tahun yang cenderung lebih teliti dengan memberikan produk yang berkualitas, popok atau diaper celana juga semakin mencapai basis konsumen yang lebih luas di Indonesia dan ketersediaannya di seluruh negeri. Produksi melalui fasilitas lokal dipasar domestik telah memberikan kontribusi untuk harga yang lebih murah dan distribusi yang lebih luas dari produk, terutama dikalangan perusahaan multinasional. Pada umumnya

popok bayi yang ditawarkan oleh perusahaan memberikan informasi dengan berbagai keunggulannya ,seperti tersedianya segala ukuran ,bermacam motif yang membuat konsumen tertarik ,kenyamanan dalam pemakaian ,mudah menyerap ,permukaan lembut dan kering dan pemakaian yang lebih tahan lama

Menurut Sania (2015),Kebutuhan akan popok bayi di Indonesia menjadi peluang besar bagi pabrikan popok asal Jepang ,PT uni charm Indonesia .perusahaan Uni – Charm Group tersebut memiliki beberapa produk sebagai berikut ada popok bayi,pembalut wanita ,popok dewasa dan terakhir meluncurkan MamPoko *Premiere Care* ,popok pertama di Indonesia untuk bayi berat lahir rendah (BBLR) yakni dengan bobot dibawah 3 kilogram dan bayi premature.

Menyadari kosongnya produk bayi di kelas menengah ,membuat PT Uni-charm Indonesia meluncurkan MamyPoko *Pants Extra Dry* .produk baru yang menyasar kelas A+ dan B ini menjadi jawaban bagi ibu – ibu kelas menengah yang kerap menggunakan popok celana tipe ekonomi .mamy poko pants extra dry ini diharapkan dapat memperluas market share PT Uni – Charm Indonesia meluncurkan MamyPoko *Pants Extra Dry*.produk baru yang mendasar kelas A + dan B ini menjadi jawaban bagi ibu -ibu kelas menengah yang kerap menggunakan popok celana tipe ekonomi .Mamypoko pants *Extra Dry* ini diharapkan dapat memperluas market share PT.Uni charm Indonesia .kesenjangan harga antar produk bayi tipe ekonomi dan super premium yang mencapai 170

% membuat ibu-ibu kelas menengah tertarik membeli produk popok bayi tipe ekonomi.

Dalam beberapa tahun terakhir MamyPoko mengalami fluktuasi dan cenderung naik, hal tersebut perlu diperlihatkan Mamypoko untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Berikut data Top Brand Index Mamy poko selama empat tahun terakhir

**Tabel 1.1 Top Brand Index (TBI) Produk Diapres MamyPoko**

<b>Tahun</b>	<b>TBI</b>
<b>2020</b>	<b>54,2 %</b>
<b>2019</b>	<b>53,7 %</b>
<b>2018</b>	<b>44,80 %</b>
<b>2017</b>	<b>54,1 %</b>

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Dari table diatas menunjukkan ada penurunan yang terjadi pada Mamy poko 44,80 % pada tahun 2018 kemudian pada tahun 2019 mengalami peningkatan signifikan yaitu sebesar 53,7 % dan mengalami kenaikan lagi pada tahun 2020 yaitu sebesar 0,5 % angka yang mengalami kenaikan ini sangat baik karena Mamy poko dapat menghadapi persaingan industry diapres Indonesia, apalagi industry diapres saat ini sudah semakin berkembang dengan kemunculan merk-merk baru meskipun tak sebesar merk-merk yang sudah ada. Oleh sebab itu kepuasan konsumen atas pembelian produk pampers mamypoko ini perlu dikelola

Kepuasan konsumen adalah elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern, persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas, serta membentuk rekomendasi positif yang menguntungkan perusahaan tersebut. (Tjiptono, 2015)

Menurut (Kotler dan Keller, 2017), harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki ataupun menggunakan produk dan jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Harga yang dimiliki oleh produk MamyPoko Pants sangat beraneka macam sehingga semua kalangan dapat membeli produk ini, harganya pun sangat ramah di kantong dan dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Diharapkan dengan harga yang ekonomis ini produk MamyPoko Pants dapat dijangkau luas oleh masyarakat.

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan. Dan jika dari perspektif konsumen, produk adalah segala

sesuatu yang diterima konsumen dari sebuah pertukaran dengan pemasar. (Tjiptono, 2015:231)

Hasil Penelitian yang dilakukan Utami (2015), menunjukkan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas Produk yang ditawarkan memiliki peran yang strategis dalam menunjang implementasi strategi pemasaran, semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi tercipta kepuasan konsumen. Wijaya (2017), yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

Kualitas produk yang dimiliki mamypoko pants ini sangat banyak mulai dari permukaan popok yang lembut, dan sirkulasi udara yang baik telah teruji klinis oleh per-himpunan Dokter Spesialis Kulit dan Kelamin Indonesia selain itu popok ini bisa menyerap banyak dan juga cepat, daya tampung yang dimiliki hingga lima kali, dan dapat mengunci cairan sehingga kulit bayi tetap kering, bahan permukaan popok juga lembut dan bisa melindungi kulit bayi, apalagi popok ini bisa mempunyai sirkulasi udara yang baik sehingga kulit bayi bebas bernafas dan nyaman dipakai sepanjang hari, selain itu memiliki pinggiran karet yang elastis dan lembut pas dipinggian dan juga tidak meninggalkan bekas pada kulit si kecil yang sensitif

Menurut Tjiptono (2015), Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.

Sedangkan menurut (Alma, 2017), Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Beberapa penelitian telah dilakukan peneliti tentang pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen seperti Jesisica (2014), yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen .Penelitian yang dilakukan Yuliono (2020) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Hasil yang sama ditunjukkan oleh Azka (2017),berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Promosi yang dilakukan produk MamyPoko Pants yang tujuanya untuk menguasai pasar dan meningkatkan penjualan dilakukan dengan iklan tv selain itu dengan youtube ,facebook yang sudah memiliki 250 ribu pengikut ,mamypoko juga memberikan hadiah bagi pelanggan membuat acara untuk memanjakan pelanggan .Dan juga Promosi dilakukan dengan melakukan Diskon di Supermarket yang ada di Kabupaten Tulungagung

Semua faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti Harga , Kualitas Produk ,Promosi terhadap kepuasan Konsumen membeli popok bayi merk Mamypoko Pants di Kabupaten Tulungagung masih belum dapat menciptakan kepuasan konsumen secara optimal .Hal ini menarik peneliti untuk mengetahui pengaruh Harga ,Kualitas Produk ,Promosi terhadap Kepuasan Konsumen .

Berdasarkan uraian diatas dalam penelitian ini dipilih judul  
**“Analisis Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan  
Konsumen Membeli Popok Bayi Merk Mamypoko Di Kabupaten  
Tulungagung ”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas ,maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Banyak persaingan usaha Diapres membuat produk MamyPoko harus meningkatkan sebuah strategi agar lebih banyak konsumen untuk membeli produk tersebut
2. Harga yang dimiliki produk Mamypoko pants apakah sudah harga yang terjangkau apa belum
3. Kualitas produk dari MamyPoko apakah sudah benar -bagus tidak mudah bocor dan tidak menyebabkan iritasi pada kulit bayi ,dan ukuran yang disediakan apakah sudah cukup beraneka ragam untuk ukuran bayi dari baru lahir hingga anak -anak
4. Promosi yang dilakukan MamyPoko Pants di Kabupaten Tulungagung belum optimal



### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas penulis membatasi masalah yang diteliti agar tidak menyimpang dan mengambang dari tujuan yang sudah direncanakan. Oleh karena itu, penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dibatasi oleh faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen
2. Ditinjau dari harga, kualitas produk ,promosi .
3. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh ibu -ibu yang membeli produk Mamy Poko Pants di Kabupaten Tulungagung

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Batasan masalah diatas ,maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang membeli popok Bayi MamyPoko Pants Di kabupaten Tulungagung secara persial ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen membeli popok Bayi MamyPoko Pants Di Kabupaten Tulungagung secara persial ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen membeli produk popok Bayi merk MamyPoko Pants di Kabupaten Tulungagung secara persial ?

4. Apakah harga ,kualitas produk ,promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam membeli popok bayi Merk MamyPoko Pants Di kabupaten Tulungagung secara parsial ?

#### **E. Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen dalam membeli Popok Bayi Merk MamyPoko Pants di Kabupaten Tulungagung
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen membeli popok Bayi Merk Mamypoko Pants di kabupaten Tulungagung
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan konsumen membeli popok bayi Merk MamyPoko Pants di Kabupaten Tulungagung
4. Untuk mengetahui pengaruh harga ,kualitas produk ,promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen membeli popok Bayi Merk Mamypoko Pants di Kabupaten Tulungagung

## **F. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini sebagai berikut :

### 1. Kegunaan teoritis

- a. Dapat digunakan sebagai pembuktian teori bahwa harga memiliki peranan penting dalam membentuk pengalaman dan memperkuat atau mengurangi kepuasan pelanggan
- b. Dapat digunakan sebagai pembuktian teori bahwa Kualitas Produk dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ,memotivasi mereka dan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
- c. Dapat digunakan sebagai pembuktian teori bahwa promosi mempunyai hubungan erat dengan kepuasan konsumen dimana nilai -nilai yang dirasakan saat mengkonsumsi produk akan membentuk kepuasan konsumen

### 2. Kegunaan Praktis

- a. Dapat memberikan masukan -masukan pada pihak -pihak yang berkepentingan untuk mengambil keputusan dalam permasalahan harga ,kualitas produk ,promosi dan kepuasan konsumen dalam membeli produk diapers mamypoko pants di kabupaten Tulungagung ,sebagai bahan kajian bagi pihak terkait dengan kebijakan ini dapat mengoptimalkan keberhasilan kebijakan manajemen di masa mendatang
- b. Membuktikan bahwa harga,kualitas produk ,promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga merupakan masukan dalam

referensi dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa mendatang .

## DAFTAR PUSTAKA

- Albisser, M. (2022). Brand Content und Brand Image. In *Brand Content und Brand Image*. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-35711-5>
- Alma, B. (2017). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan 5. Bandung: CV Alfabeta. In *Bandung: CV Alfabeta*.
- Arini Isfahila ,FetiFatimah, W. E. S. (2018). No Title. *Pengaruh Harga ,Desain ,Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Umah Batik Sayu Wiwit Bnayuwangi*.
- Dwika Setiawan. (2020). No Title. *Pengaruh Kualitas Produk,Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Motor Matic Yamaha Di Kecamatan Kemuning Palembang*.
- Ekky Suti Wibisono. (2019). No Title. *Pengaruh Kualitas Produk ,Harga,Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian UD.Rizky Barokah Di Balongbendo*.
- Eri Riskawati. (2020). No Title. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbal Pnawar Al Wahida Di Kota Jambi*.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun*, 6(2).
- Helma Nurul Halimah. (2020). No Title. *Analisis Kualitas Produk ,Harga,Dan*

*Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Kampoeng Batik Laweyan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.*

Irawan, A., Indyastuti, N., & Suliyanto, S. (2018). Pengaruh Kualitas Fitur, Desain, Iklan, Kepuasan Konsumen Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keinginan Berpindah Merek .... ..: *Jurnal Personalia, Financial ....*

Irawan, D. T. B., & Satrio, B. (2017). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( Stiesia ). *Jurnal Ilmu Dan Riset AKuntansi*, 6(12).

Kotler dan Keller. (2017). Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks,. Jakarta. In *e – Jurnal Riset Manajemen* (Vol. 000, Issue November 2016).

Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). Marketing. In *BMC Public Health* (Vol. 5, Issue 1).

Mohammad Kurniawan, S. K. H. (2019). No Title. *Analisis Citra Merk ,Harga ,Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab )*.

Mudrajad Kuncoro. (2018). Validitas Dan Reliabilitas Data Penelitian Kualitatif a. *Validitas Dan Reliabilitas Bab 14, III*.

Rahayu Mutia sari, Imelda aprileny ,SE, M. (2020). No Title. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Rabbani )*.

- Reza, M., & Khasanah, I. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250. *Indicators : Journal of Economic and Business*, 3(2).  
<https://doi.org/10.47729/indicators.v3i2.102>
- Rivan Hadisetya. (2020). No Title. *Analisis Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Milenium Pharmacon Indonesia Medan, 2*.
- Simamora, H. (2017). Manaje. In *Edisi Revisi Jakarta: Bumi Aksara*.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D). In *Bandung: Alfabeta*.
- Suryani, L. (2017). Analisis Dan Peningkatan Kualitas Sistem Informasi Dengan Menggunakan Metode Seven Tools Dan Quality Function Deployment (Qfd). *Analisis Dan Peningkatan Kualitas Sistem Informasi Dengan Menggunakan Metode Seven Tools Dan Quality Function Deployment (Qfd)*.
- Tangkilisan, N. H. (2017). Manajemen Publik. *PT. Gramedia Widiasarana Indonesia*.
- Thompson. (2017). Indikator Keputusan Pembelian. In *Indikator Keputusan Pembelian (Vol. 83, Issue 6)*.
- Tjiptono, F. (2015). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. In *1*.