

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BUNGA 3 PUTRA
BARON NGANJUK**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH:

M. SAFIQ AHLU SOLAH

NPM: 18.1.02.02.0072

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2022**

Skripsi Oleh:
M. SAFIQ AHLU SOLAH
NPM: 18.1.02.02.0072

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BUNGA 3 PUTRA
BARON NGANJUK**

Telah disetujui untuk diajukan kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Tanggal: 14 Juni 2022

Pembimbing I



Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A
NIDN: 0706108902

Pembimbing II



Dyah Ayu Paramita, M.Ak
NIDN: 0728068702

Skripsi Oleh:

M. SAFIQ AHLU SOLAH

NPM: 18.1.02.02.0072

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BUNGA 3 PUTRA BARON
NGANJUK**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

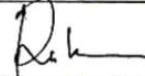
Pada Tanggal: 21 Juli 2022

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat:

Ketua Penguji : Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A


Penguji I : Rony Kurniawan, M.M

Penguji II : Dyah Ayu Paramitha, M.Ak



Mengetahui

Dekan FEB



Dr. Subagyo, M.M.

NIDN: 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : M. Safiq Ahlu Solah
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/tanggal Lahir : Nganjuk, 07 Agustus 1999
NPM : 18.1.02.02.0072
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan dengan sebnarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Kediri, 28 juni 2022

Yang menyatakan



M. SAFIQ AHLU SOLAH

NPM. 18.1.02.02.0072

MOTTO:

“Saya datang, Saya bimbingan, Saya ujian, Saya Revisi dan Saya Menang”

-Monok,2022

Kupersembahkan Karya ini untuk :

- Kedua orang tua saya, Ayah Alm. Muslimin dan Ibu Muzaianah atas dukungan yang tidak terhingga baik moril maupun materil untuk apapun.
- Kakak Imam Masrudy, Eko Waluyo serta keluarga besar yang selalu mendukung serta mendoakan saya.
- Merdian, Bayu, SMDCK, Yasir, Oji, Hendrik, Reza, serta sahabat-sahabat Geolpedia, Kost Mbah Karni dan yang telah menjadi teman dalam suka dan duka

Absrak

M. Safiq Ahlu Sollah “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bunga 3 Putra Baron Nganjuk” FE UNP Kediri 2022

Latar belakang dari penelitian ini adalah karena terjadinya persaingan bisnis yang ketat maka para pelaku bisnis haruslah memiliki strategi dalam mempertahankan bisnisnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Toko Bunga 3 Putra. Penelitian ini menggunakan teknik kausal sebab-akibat dengan sampel sebanyak 40 responden yang dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis menggunakan software spss versi 25. Dengan hasil diperoleh bahwa kualitas produk memiliki nilai *sig* $0,350 > 0,05$, Harga memiliki nilai *sig* $0,007 < 0,05$, Promosi memiliki nilai *sig* $0,837 > 0,05$ yang berarti hanya variabel harga yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra dan diperoleh nilai *sig* $0,000 < 0,05$ yang dinyatakan bahwa variabel kualitas produk, harga dan promosi memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas Ridhonya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bunga 3 Putra Baron Nganjuk”**.

Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas mata kuliah Skripsi pada Program Studi Manajemen di Universitas Nusantara PGRI Kediri. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua dan saudara saya yang selalu membantu dan mendukung saya secara moral dan material.
2. Dr. Zainal Afandi M.Pd selaku Rektor UNP Kediri yang selalu memberikan motivasi kepada mahasiswanya.
3. Dr. Subagyo, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Kediri.
4. Restin Melina M.M selaku Kepala Pogram Studi Manajemen.
5. Ismayantika Dyah Puspasari selaku Dosen pembimbing 1 yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan, waktu dan petunjuk kepada penulis dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
6. Dyah Ayu Paramitha M.Ak selaku Dosen pembimbing 2 yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan, waktu dan petunjuk kepada penulis dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
7. Seluruh staff dan pemilik Toko Bunga 3 Putra Baron Nganjuk yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian ini pada toko mereka dan memberikan pengalaman kepada penulis.

8. Seluruh teman – teman yang telah memberikan masukan dan semangat kepada penulis berupa memberikan referensi untuk penyusunan Skripsi.

Nganjuk, 01 Januari 2021

M. SAFIQ AHLU SOLAH

NPM : 18.1.02.02.0072

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO:	iv
Absrak	v
KATA PENGANTAR	vi
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	i
A. Latar Belakang.....	i
B. Identifikasi Masalah.....	v
C. Batasan Masalah	vi
D. Rumusan Masalah.....	vi
E. Tujuan Penelitian	vii
F. Manfaat Penelitian.....	vii
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
A. Kajian Teori	Error! Bookmark not defined.
1. Kepuasan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2. Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
3. Harga	Error! Bookmark not defined.
4. Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.
1. Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2. Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
3. Hubungan Antara Promosi dengan Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.

4. Hubungan antara Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
D. Kerangka Konsep	Error! Bookmark not defined.
E. Hipotesis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Identifikasi Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2. Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2. Teknik Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Tempat dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Tempat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2. Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
1. Populasi	Error! Bookmark not defined.
2. Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
E. Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1. Data Primer.....	Error! Bookmark not defined.
2. Data Sekunder	Error! Bookmark not defined.
3. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
1. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
2. Analisis Kuantitatif	Error! Bookmark not defined.
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	Error! Bookmark not defined.
4. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambar Umum Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1. Profil Toko Bunga 3 Putra.....	Error! Bookmark not defined.
2. Visi dan Misi Toko Bunga 3 Putra	Error! Bookmark not defined.
3. Struktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.

2. Gambar dan Lokasi Toko Bunga 3 Putra....	Error! Bookmark not defined.
B. Analisis Deskripsi Responden Penelitian....	Error! Bookmark not defined.
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelaminan	Error! Bookmark not defined.
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
C. Deskripsi Data Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X1).....	Error! Bookmark not defined.
2. Tanggapan Responden Variabel Harga (X2).....	Error! Bookmark not defined.
3. Tanggapan Responden Variabel Promosi (X3)	Error! Bookmark not defined.
4. Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	Error! Bookmark not defined.
D. Analisis data	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
3. Uji Koefisien Dterminasi	Error! Bookmark not defined.
D. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Parsial (t).....	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Simultan (F)	Error! Bookmark not defined.
E. Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
3. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen ...	Error! Bookmark not defined.
3. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Implikasi	Error! Bookmark not defined.

1. Implikasi Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
2. Implikasi Praktis	Error! Bookmark not defined.
C. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	ix

Daftar Tabel

Tabel 2. 1	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 4.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11.....	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.

12.....Error!

Bookmark not defined.

Daftar Gambar

Gambar 2. 1.....Error! Bookmark not defined.

Gambar 4. 1.....Error! Bookmark not defined.

Gambar 4. 2.....Error! Bookmark not defined.

Daftar Lampiran

- Lampiran 1** Instrumen Penelitian (Lengkap)**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 2** Data Penelitian Variabel Kualitas Produk (X1)..... **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 3** Data Penelitian Variabel Harga (X2)**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 4** Data Penelitian Variabel Promosi (X3).....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 5** Data Penelitian Kepuasan Konsumen (Y)**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 6** Output Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)...**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 7** Output Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).. **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 8** Output Uji Validitas Variabel Harga (X2)....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 9** Output Uji Validitas Variabel Promosi (X3) **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 10** Output Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 11** Output Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1) ...**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 12** Output Uji Reliabilitas Harga (X2)**Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 13 Output Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3) **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 14 Output SPSS Statistika Deskriptif **Error! Bookmark not defined.**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era bisnis saat ini banyak sekali perusahaan yang saling bersaing satu sama lain, terutama pada perusahaan dalam bidang yang sama. Kepuasan dan loyalitas konsumen adalah salah satu faktor utama yang menjadi target perusahaan untuk menarik konsumen baru dengan tetap pada tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba. Dengan banyaknya persaingan pada pasar, maka perusahaan dituntut untuk mampu menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Di samping itu perusahaan juga harus mempelajari tentang kualitas produk sehingga dapat menjadi kepuasan pada pelanggan, karena asset perusahaan bukan hanya pada materi saja.

Karena semakin padatnya persaingan antara sesama perusahaan yang menghasilkan produk-produk sejenis, maka perusahaan dalam memproduksi suatu produk haruslah dapat berusaha untuk menarik dan memberi kepuasan kepada konsumen dengan berbagai cara, sehingga perusahaan dapat mencapai laba yang maksimal serta volume penjualan yang lebih tinggi. Faktor citra merek merupakan faktor terpenting yang tidak boleh diabaikan karena faktor citra merek yang membuat pembeli tertarik dan selalu mengingat baik dan berkualitas tinggi sehingga konsumen minat untuk membeli (Setyawati et al., 2021). Faktor kualitas produk dapat diberi pengertian totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan. Faktor kualitas

produk itu sangat penting maka sering kali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan konsumen atau sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi dalam menjual produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, sebuah perusahaan harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang maksimal, harga yang dapat dijangkau, dan citra merek yang baik di mata para pelanggan (Setyowati, 2017).

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler, 2016), Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Di dalam permasalahan kualitas produk pada Toko Bunga 3 Putra, masih cukup banyak bunga yang cacat pada produk tetapi masih dijual kepada konsumen. Kualitas produk sangat berpengaruh dominan terhadap daya keputusan pembelian konsumen. Harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler, 2016),. Harga dapat menimbulkan persepsi

terhadap kualitas produk atau jasa yang diberikan, semakin tinggi harga yang dipatok oleh perusahaan maka semakin tinggi juga kualitas produk atau jasa yang akan didapatkan oleh para konsumen tersebut.

Cara menentukan harga jual bagi para pemilik bisnis sangatlah penting, apalagi dalam strategi harga produk penjualan online, diperlukan beberapa perhitungan yang berbeda dengan offline. Hal itu dikarenakan penentuan harga jual akan berpengaruh pada hampir setiap aspek bisnis kita. Misalnya, kas masuk dan keluar, keuntungan, operasional, dll. Harga jual yang ideal dapat menarik perhatian para konsumen di pasaran apalagi jika kita menarik perhatian para pelanggan dengan memberikan diskon ataupun promo barang yang kita jual di toko. Misalnya seperti pada penjualan di Toko Bunga 3 Putra ini menjual bunga angrek seaharga yang sudah kita tentukan, kemudian dengan kualitas bunga yang sehat dan bagus kita berikan harga atau diskon yang sedikit miring daripada kompetitor lainnya maka para pelanggan akan lebih tertarik untuk datang ke toko kita. Dengan demikian toko kita akan ramai akan pelanggan yang tertarik oleh produk kita.

Namun dalam penawaran harga tersebut kita juga harus memberikan promosi atau pemasaran yang menarik terhadap barang kita di pasaran. Promosi merupakan suatu bentuk upaya dalam memberitahukan atau menawarkan produk dan bertujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli. Sehingga setelah pemilik usaha melakukan promosi, diharapkan muncul terjadinya kenaikan angka penjualan terhadap produk yang dipromosikan tersebut. Untuk promosi produk sendiri sangat banyak cara yang dilakukan oleh kompetitor

perusahaan, maka kita harus mempunyai strategi tersendiri dalam promosi produk ini yang lebih menarik. Melakukan promosi tidak hanya sekedar memberitahukan produk, tetapi juga menarik perhatian agar terjadi suatu pembelian. Seperti contohnya adalah : Memberikan diskon, menawarkan cashback , memberikan give away dan lain sebagainya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Widiayanti, 2015) pada jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi” mengatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat terwujud jika seorang pelanggan merasa puas atas apa yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, sebuah perusahaan harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang maksimal, harga yang dapat dijangkau, dan citra merek yang baik di mata para pelanggan

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Irawan, 2020) pada jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk,Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya” berpendapat bahwa Semakin tidak konsistennya harga bisa mempengaruhi minat beli konsumen. Minat beli konsumen yang ditindaklanjuti akan menjadi keputusan pembelian yang akan berdampak terhadap penjualan dan pendapatan perusahaan dan mengingat bahwa promosi, harga dan kualitas produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Akan tetapi ada beberapa permasalahan yang menjadi kendala bagi Toko Bunga 3 Putra Baron Nganjuk ini yaitu dengan kurangnya memperhatikan kualitas produk yang dijual dan juga cara mempromosikan produk yang dijual, dengan promosi yang dapat dibilang alakadarnya, membuat para konsumen kurang tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Seluruh kegiatan yang dilakukan pelanggan atau konsumen oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang di rasakan. Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidaklah semudah mengukur berat badan atau tinggi badan pelanggan yang bersangkutan.

Dengan promosi yang baik dan didukung dengan kualitas produk yang baik akan membuat para calon konsumen akan tertarik terhadap produk yang ditawarkan oleh Toko Bunga 3 Putra Baron Nganjuk. Oleh Karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan konsumen Pada Toko Bunga 3 Putra Baron Nganjuk”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah

1. Desain untuk produk yang dipasarkan secara online kurang menarik, dan pada toko tersebut tidak mempunyai disainer atau pemasar untuk memasarkan produk unggulannya.
2. Promosi yang ditawarkan kurang meluas dan juga kurang menarik sehingga membuat para konsumen tidak mengetahui tentang produk unggul yang ada pada toko tersebut.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada:

1. Kajian pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2) dan promosi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y).
2. Penelitian ini dilakukan pada Toko Bunga 3 Putra pada tahun 2022.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra?
2. Bagaimana harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra?
3. Bagaimana promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra?

4. Bagaimana kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Bunga 3 Putra?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bunga 3 Putra.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi secara signifikan terhadap kepuasan Konsumen pada Toko Bunga 3 Putra.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen secara signifikan pada Toko Bunga 3 Putra.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Dengan dilakukannya penelitian di Toko Bunga 3 Putra Baron Nganjuk, diharapkan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dan strategi untuk kemajuan Toko Bunga 3 Putra Baron Ngnjuk di masa yang akan datang.

2. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan dan mampu menerapkan ketika sudah lulus nantinya dan berhadapan di dunia lapangan kerja. Bagi pembaca, untuk menambah informasi dan sumbangan pemikiran serta kajian dalam penelitian. Bagi pemilik perusahaan, sebagai

bahan masukan pada Toko Bunga 3 Putra dan memberikan masukan dalam kualitas pelayanan, harga dan cara mempromosikan produknya agar dapat menarik kepuasan para konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*.
- Apriyani, D., & Sunarti. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 51(2)*, 1–7.
- Assauri. (2014). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*.
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Citra Perusahaan , Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 79–89.
- Dewi, A. G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Sabana Desa Waru Induk di Perumahan Grand Parung, Kabupaten Bogor) Anteng. *Humanities, Management and Science Proceeding*, 1(2), 173–189.
- Gozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 23 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro.
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90–107.
- Heri Setiawan, Maria Magdalena, Minarsih, A. F. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

- Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management*, 2(2), 1–17.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1097>
- Jumiati, -, Sudarwati, -, & Widayanti, R. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Menginap Dihotel Sala View Solo. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 196–208. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v4i2.6599>
- Karawaci, D. I., Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2011). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 5992248.
- Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 3).
- Kotler, amstrong. (2016). Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England.*
- Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3), 381–390.

<https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i3.72>

Maulana, M. F., Nawangsih, & Sulistyan, R. B. (2019). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 78–88.

Napitupulu, F. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pt . ramayana lestari sentosa The influence of price and quality of products on customer satisfaction in pt . ramayana lestari sentosa. *Kinerja*, 16(1), 1–9.

Naufal, A. R., & Magnadi, R. H. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rahma Rahmi Collection). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–9.

Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).

RAHMADANI, C. A. (2019). *Pengaruh Brand Image Service Quality dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Nasabah BANK BRI Yogyakarta*. 34.

Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

Saryono. (2010). Daftar Pustaka Daftar Pustaka. *Pemikiran Islam Di Malaysia: Sejarah Dan Aliran*, 20(5), 40–43.

https://books.google.co.id/books?id=D9_YDwAAQBAJ&pg=PA369&lpg=PA369&dq=Prawirohardjo,+Sarwono.+2010.+Buku+Acuan+Nasional+Pelaya

nan+Kesehatan++Maternal+dan+Neonatal.+Jakarta+:+PT+Bina+Pustaka+Sa
rwono+Prawirohardjo.&source=bl&ots=riWNmMFyEq&sig=ACfU3U0HyN
3I

Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4).

<https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/1471>

Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.

Setyowati, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 18(2), 102.
<https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4507>

Siregar, N., & Hakim, F. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 87–96.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta.

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Sumantri. (2019). ANALISIS PELUANG INVESTASI DARI LAPORAN KEUANGAN ON LINE PERUSAHAAN SYARIAH DI BURSA EFEK

INDONESIA. *Muamalah*, 2.

Sunyoto, D. (2015). Perilaku Konsumen dan Pemasaran. *Pemasaran*.

Tjiptono. (2015). *Manajemen Pemasaran*. 1991, 1–25.

Tohari, A., Sugianti, K., Syahbana, A. J., & Soebowo, E. (2015). Kerentanan Likuifaksi Wilayah Kota Banda Aceh Berdasarkan Metode Uji Penetrasi Konus. *Jurnal Riset Geologi Dan Pertambangan*, 25(2), 99. <https://doi.org/10.14203/risetgeotam2015.v25.204>

Wenas, R., Tumbel, A., & Parengkuan, V. (2014). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders Di 24 Mart Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1792–1802.

Widiayanti, A. R. (2015). Pemanfaatan Kelapa Menjadi VCO (Virgin Coconut Oil) Sebagai Antibiotik Kesehatan dalam Upaya Mendukung Visi Indonesia Sehat 2015. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Biologi 2015*, 577–584.

Wijaya, I. P. S. A., & Nurcaya, I. N. (2017). Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Merek Mcdonalds Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 1534–1563.