



**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN AYAM GEPREK KAK ROSE DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

SODIKIN

NPM. 21801081477



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Kak Rose di Kota Malang. Penelitian ini termasuk jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus dari Malhotra dengan hasil perhitungan sebanyak 80 sampel. Untuk menyelesaikan masalah di dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linier berganda, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: harga, promosi, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan



ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of price, promotion, and service quality on customer satisfaction Ayam Geprek Kak Rose in Malang City. This research belongs to the type of explanatory research with a quantitative approach. The method used is multiple linear regression. The sampling technique used the formula from Malhotra with the calculation results of 80 samples. To solve the problem in this study using SPSS assistance with validity test, reliability test, normality test, multiple linear regression analysis, multicollinearity test, heteroscedasticity test, F test, and t test. The results showed that simultaneously the variables of price, promotion, and service quality had a significant effect on customer satisfaction, price had a significant effect on customer satisfaction, promotion had no significant effect on customer satisfaction, and service quality had a significant effect on customer satisfaction

Keywords: price, promotion, service quality, customer satisfaction



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang masalah

Bisnis di bidang kuliner saat ini semakin berkembang dengan pesat. Hal ini dapat ditunjukkan dengan semakin maraknya berdiri usaha-usaha kuliner. Bisnis kuliner ini turut mewarnai perkembangan perekonomian dan situasi kompetisi bisnis yang semakin keras sehingga perlu kejelian tersendiri dalam memilih dan menjalankan bidang usaha kuliner untuk memenangkan persaingan dan meminimalkan risiko kerugian dalam berbisnis. Hal itu menjadi lumrah bagi kalangan pembisnis, baik bisnis lokal maupun bisnis inter lokal, di Indonesia persaingan sudah menciptakan banyak perubahan, banyak hal yang sudah mempengaruhi terjadinya persaingan, beberapa diantaranya adalah target pencapaian, inovasi-inovasi di dalam hidup manusia, tingkat kreatifitas manusia yang terus berkembang, tuntutan hidup yang terus meningkat, gaya hidup manusia yang terus berubah di setiap masanya. Dalam meningkatkan daya beli pelanggan untuk memenangkan persaingan yang ketat ada beberapa hal yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan dari berbagai upaya yang telah dilakukan oleh suatu usaha. Apabila pelanggan merasa puas maka besar kemungkinan pelanggan akan datang kembali dan menjadi pelanggan tetap sehingga *income* suatu usaha bisnis juga semakin meningkat.

Menurut Tjiptono (2014:353), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Disamping itu harga juga mempengaruhi seorang dalam kepuasan pelanggan, memilih harga untuk menciptakan kepuasan pelanggan ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu antaranya harga, penetapan harga produk melalui siklus hidupnya.

Menurut Swastha (2014:147), harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang jika mungkin) yang diperlukan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi atas produk beserta pelayanannya. Harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sebab konsumen cenderung memilih produk atau jasa dengan harga terjangkau yang diiringi dengan kelebihan-kelebihan yang lainnya. Hal ini pula sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ghofur (2019) di mana hasilnya menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu dasar penetapan harga harus diperhitungkan secara matang agar sesuai dengan pasar dan harapan pelanggan. Selain itu, hal yang perlu di perhatikan juga yaitu promosi. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Dengan demikian, promosi yang maksimal akan meningkatkan daya beli pelanggan.

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Dengan demikian, promosi yang maksimal akan meningkatkan daya beli pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Husna (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan

Citra Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, hal yang perlu diperhatikan juga kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam kepuasan pelanggan, dimana pelanggan menilai kinerja pelayanan yang diterima dan yang dirasakan langsung terhadap suatu produk.

Kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna layanan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, selanjutnya akan berdampak positif pada perilaku ataupun niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut. Rofiqoh (2022) mengatakan bahwa bila kualitas layanan suatu produk baik, maka pelanggan akan puas, tetapi bila sebaliknya kualitas layanan yang tidak sesuai dengan harapan, pelanggan tidak akan puas dan mempengaruhi sikap pelanggan pada masa mendatang. Menurut Kotler dan Keller (2016:180) kualitas pelayanan adalah keseluruhan perangkat dan sikap produksi atau pelayanan yang mempunyai pengaruh terhadap kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan nampak jelas atau yang tersirat.

Di Kota Malang, tingkat persaingan bisnis sangat tinggi, di samping terkenal dengan kota wisata, Kota Malang juga dikenal sebagai kota pendidikan. Sehingga banyak orang-orang datang dari berbagai penjuru Indonesia bahkan mancanegara untuk melakukan aktivitas wisata dan pendidikan, oleh karena itu masyarakat Kota Malang berlomba-lomba untuk

mendirikan bisnis khususnya bisnis dalam bidang kuliner, salah satu bisnis kuliner yang ada di sudut Kota Malang adalah Geprek Kak Rose, yang mempunyai beberapa cabang, Geprek Kak Rose yang beroperasi 24 jam serta lokasi yang dekat dengan kampus-kampus di Kota Malang serta sudah bekerja sama dengan layanan pengantaran makanan secara *online* menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggannya. Juga menyediakan berbagai macam varian makanan, minuman, dan sambal. Beberapa dari menu makanan yang disajikan oleh Geprek Kak Rose untuk pelanggan yaitu geprek crispy, geprek kota, geprek kampung, dan chicken mentai. Serta menyediakan berbagai macam sambel yaitu sambel korek pedas, sambel bawang, sambel tomat, dan berbagai macam jenis minuman.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AYAM GEPREK KAK ROSE DI KOTA MALANG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalah-rumusan dalam penelitian ini sebagai berikut.

- a. Bagaimana pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Kak Rose Di Kota Malang?
- b. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Kak Rose Di Kota Malang?

- c. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Kak Rose Di Kota Malang?
- d. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Kak Rose Di Kota Malang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Kak Rose Di Kota Malang
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Kak Rose Di Kota Malang
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Kak Rose Di Kota Malang
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ayam Geprek Kak Rose Di Kota Malang

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca, memperkuat penelitian terdahulu, dan menambah referensi bagi mahasiswa Universitas Islam Malang yang mungkin kedepanya menggunakan bahan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi masukan penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek Kak Rose. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Harga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek Kak Rose.
- b. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek Kak Rose
- c. Promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek Kak Rose
- d. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ayam Geprek Kak Rose

5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel bebas (independen) yaitu harga, promosi dan kualitas pelayanan serta variabel bebas (dependen) yaitu kepuasan pelanggan.
- b. Penelitian ini hanya dilakukan pada Pelanggan Ayam Geprek Kak Rose

5.3 Saran Penelitian

a. Bagi Tempat Penelitain

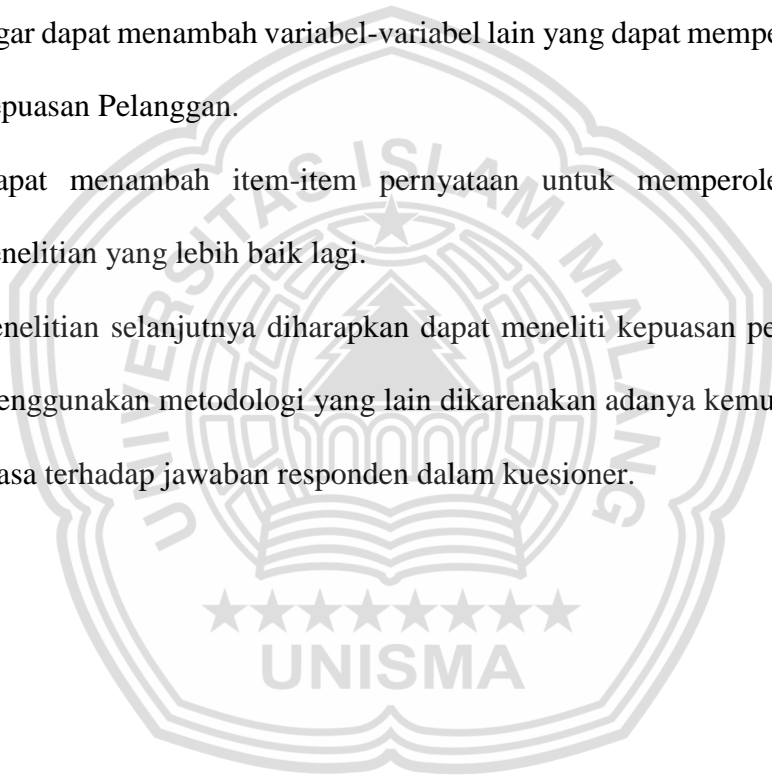
Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitan ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan saran sebagai pertimbangan dalam meningkatkan kualitas Ayam Geprek Kak Rose. Adapun saran bagi tempat penelitian antara lain:

- 1) Dari hasil jawaban responden pada variabel kepuasan pelanggan dengan pernyataan “Saya minat berkunjung kembali membeli di ayam geprek kak rose” memiliki skor terendah, tetapi masih dalam kategori baik. Dari hasil tersebut diharapkan pelayanan pada Ayam Geprek Kak Rose bisa lebih meningkatkan pelayanan agar membuat pelanggan merasa puas dan ingin kembali lagi.
- 2) Dari hasil jawaban responden pada variabel harga dengan pernyataan “Harga yang ditawarkan di Ayam Geprek Kak Rose sesuai dengan kualitasnya” memiliki skor terendah, namun masih dalam kategori baik. Dari hasil tersebut diharapkan kedepannya pemilik Ayam Geprek Kak Rose bisa mempertimbangkan harga dan kualitas makanan dari Ayam Geprek Kak Rose agar pelanggan akan tetap membeli makanannya.
- 3) Dari hasil jawaban responden pada variabel promosi dengan pernyataan “Saya mengetahui Ayam Geprek Kak Rose dari penjelasan oleh karyawan” memiliki skor terendah, namun masih tergolong dalam kategori baik. Dari hasil tersebut diharapkan kedepannya karyawan juga harus lebih memperkenalkan produk yang ada di Ayam Geprek Kak Rose.

- 4) Dari hasil jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan dengan pernyataan “Pelayan di Ayam Geprek Kak Rose memberikan pelayanan yang tepat ” memiliki skor terendah, namun masih tergolong dalam kategori baik. Dari hasil tersebut diharapkan kedepannya seluruh karyawan bisa tepat waktu dalam menyajikan makanan kepada pelanggan agar menarik pelanggan datang kembali .

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Agar dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan Pelanggan.
- 2) Dapat menambah item-item pernyataan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi.
- 3) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti kepuasan pelanggan menggunakan metodologi yang lain dikarenakan adanya kemungkinan biasa terhadap jawaban responden dalam kuesioner.



DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Sinta Indi, Septo Pawelas Arso, and Putri Asmita Wigati. 2015. “Pengaruh relationship marketing dan layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan.” *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang* 3:103–11.
- Arinal husna, Zuriani, Sumitro 2021. Pengaruh kualitas pelayanan, promosi, harga, kualitas produk dan citra rasa terhadap kepuasan pelanggan pada ayam geprek warung endus sibuya ; Universitas Labuhanbatu *volume 1*
- Asnawi, dan Dr. H. Masyhuri.2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran Malang*: UIN-MALIKI PRESS.
- Ghozali, Imam 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghofur, A. (2019) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas UNIAT*, 4(1),37-44.
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta : Gava Media.
- Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : Pustaka Setia.
- Kotler,P and K.L Keller. 2016. “*Marketing Managemen*”, 15th Edition, Pearson Education,Inc. Lupiyoadi, R. 2013. “*Manajemen Pemasaran JasaBerbasis Kompetensi*”. (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip & Kevin Lane, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jilid 1, Indeks. Jakarta
- Mulyadi dedi 2019. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pelanggan rumah makan mm resto karawang. Universitas buana perjuangan karawang. Vol. 2 no. 2

Kotler, Philip dan Armstrong. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Alih bahasa: Bob Sabran, MM. Jakarta :Erlangga.

Kotler P., & Armstrong, G. 2014 *Principle of Marketing. 15th Edition, New Jersey*; Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga

Nasution, L. M. (2017). Statistik deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 14 (1): 50.

Islamuddin, I. (2021). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI HANDPHONE MEREK NOKIA. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 2 (1), 1-13.

Jaya, Winda, Rois Arifin, and Afi Rahmat Slamet. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Family Kopi Di Malang)." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 10.01 (2021)

Jefry F.T (2014) .”Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado. *Jurnal EMBA* Vol.2 No.

Oktarini, R. (2020). “Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang”. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 52-58.

Pantilu, D., koleangan, R.A.M., & Roling, F.2018. pengaruh kualitas pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bnedito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajmen, Bisnis Dan Akutansi*, 6(4), 3723-3723

Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadau Pada era Media Sosial*. Pustaka Sertia : Bandung

Rendy Gulla.(2015). “ analisis harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel Manado GRACE INN, jurnal EMBA Vol.3 No.

Rifai Mohamad, 2017 pengaruh kualitas pelayan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan ayam geprek spesial sambal korek cabang Kediri ; Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Rustini ni made, tamansari ni made 2021. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada kober mie setan cabang pulau kawé Denpasar. Universitas warmadewa Denpasar bali. Volume 3 nomor 1

Rofiqoh, Imamiatur. 2022. Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa ekspedisi J&T Express (studi pada mahasiswa FEB Unisma angkatan 2018). E-jurnal manajemen FEB Unisma.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D. In ke-26. PT. Alfabet.

Simamora Bilson. Edisi Pertama. 2013. *Pemasaran Strategik*, Pamulang Tangerang Selatan ; Badan Penerbit Universitas Terbuka.

Sudaryono., (2016). Manajemen Pemasaran teori dan implementasi. Yogyakarta: Penerbit ANDI CV.

Susiladewi, Susiladewi. "PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CAFÉ KUPI DATU

BANJARBARU." *AI-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN* 7.2 (2020): 45-64.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.

Sutrayani. 2020. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Kumala Celebes Motor (Mazda Makassar) ; Universitas Muhammadiyah Makassar.

Swastha,B. 2014. "*Manajemen Pemasaran*". BPFE: Yogyakarta.

Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, Riski Sulistiarini. 2016. "Pengaruh pemasaran, brand trust, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen." *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur* (April):5–24.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta ; Andi

Tjiptono, Fandy. 2014, "*Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*", Andi Offset, Yogyakarta

