

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI  
KASUS PASARAYA JM PALEMBANG)**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**Edo Gusti Arief**

**1620200040**

**STIE MULTI DATA PALEMBANG  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PALEMBANG  
2020**

# STIE MULTI DATA PALEMBANG

---

Program Studi Manajemen  
Skripsi Sarjana Ekonomi  
Semester Genap Tahun 2019/2020

## **PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PASARAYA JM PALEMBANG)**

**Edo Gusti Arief**

**1620200040**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh Produk, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pasaraya JM Palembang secara parsial dan simultan. Populasi penelitian ini adalah konsumen dan pelanggan Pasaraya JM. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan berjumlah 400 responden. Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Produk, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Konsumen Pasaraya JM Palembang.

**Kata kunci:** Produk, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan kepuasan Konsumen

**STIE**  
**MDP**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Zaman yang berkembang pesat saat ini mendorong banyak perusahaan untuk semakin memperluas usahanya dengan meraih pangsa pasar. Dalam memperluas pangsa pasar setiap perusahaan pasti memiliki caranya masing-masing salah satu cara yang digunakan perusahaan adalah dengan pemasaran. Pemasaran dilakukan oleh perusahaan untuk menjual nilai produknya yang juga merupakan bagian penting karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan itu sendiri.

Menurut Tjiptono dalam Priansa (2017,h.3) menyatakan bahwa pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari sebuah pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok yakni bisnis apa yang akan dimasuki di masa mendatang dan kedua bagaimana bisnis yang dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan persaingan atas dasar perspektif distribusi, produk, harga dan promosi. Sehingga pemasaran merupakan salah satu kunci untuk memaksimalkan tujuan dari perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan.

Adanya pemasaran maka usaha atau bisnis yang dijalankan akan berkembang pesat, salah satu perusahaan yang berkembang pesat adalah PT. Jaya Masawan Putra Sejahtera (JM Group). PT. Jaya Masawan Putra Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak dibidang ritel. Menurut Utami (2014, h.5) menjelaskan bahwa ritel juga merupakan salah satu perangkat dari aktivitas-aktivitas bisnis yang melakukan penambahan nilai terhadap produk-produk dan layanan penjualan kepada konsumen dalam penggunaan atau konsumsi perseorangan maupun keluarga dan sering kali orang beranggapan bahwa ritel hanya berarti menjual produk-produk di toko namun ritel juga melibatkan layanan jasa seperti layanan jasa (*delivery service*) ke rumah-rumah maupun layanan tambahan lainnya yang mampu memberikan nilai tambah terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsi oleh konsumen akhir. Bisnis ritel di kota Palembang sangat berkembang pesat diikuti oleh para pesaing dibidang yang sama dapat dilihat pada tabel 1.1:

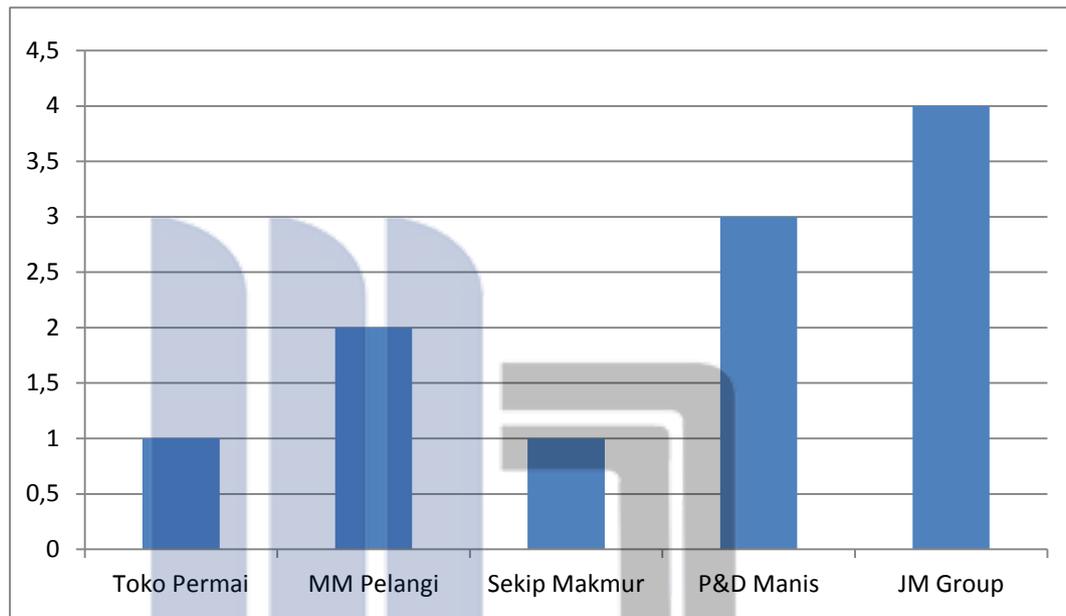
**Tabel 1.1 Perusahaan Ritel Di Kota Palembang**

<b>Perusahaan Retail Di Kota Palembang</b>	
<b>NASIONAL</b>	<b>LOKAL</b>
Carrefour	JM Group
Hypermarket	P&D Manis
Indomaret	Toko Permai
Transmart	MM Pelangi
Lotte Mart	Sekip Makmur

Sumber: Penulis, 2020

Perusahaan ritel nasional yang ada di kota Palembang seperti Carrefour, Hypermarket, Indomaret, Transmart dan Lotte Mart merupakan peritel yang menjadi pesaing dengan perusahaan yang berada di lokasi Palembang.

Dengan berkembangnya perusahaan nasional yang ada di kota Palembang, sekarang ada perusahaan lokal seperti JM Group, P&D Manis, Toko Permai, MM Pelangi dan Sekip Makmur yang menjadi pilihan konsumen kota Palembang dan dapat dilihat dari Gambar 1.1 sebagai berikut:



Sumber : Peneliti, 2020

**Gambar 1.1 Pertumbuhan Ritel Di Kota Palembang**

Dari gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa Toko Permai mempunyai 1 outlet, MM Pelangi mempunyai 2 outlet, Sekip Makmur mempunyai 1 outlet dan P&D Manis mempunyai 3 outlet sedangkan JM Group sangat mendominasi pasar ritel di kota Palembang dikarenakan sebagai bisnis yang sudah cukup lama berdiri dan sudah menjadi bisnis ritel lokal terbesar di kota Palembang. JM Group itu sendiri memiliki 7 outlet yang ada di kota Palembang. Dikarenakan keterbatasan data yang bisa didapatkan oleh peneliti maka data yang diteliti oleh peneliti di kota Palembang adalah 4 outlet yaitu outlet Pasaraya Bandung, JM Sukarami, JM Kenten dan Pasaraya JM. Pada tabel

1.2 berikut akan menampilkan data pengunjung dari JM Group tahun 2017-2019.

**Tabel 1.2 Data Pengunjung JM Group Tahun 2017-2019**

Outlet	Fasilitas	Jumlah Pengunjung		
		2017	2018	2019
				Desember
Pasaraya Bandung	Dept.Store dan Supermarket	590.933	626.706	621.572
JM Sukarami	Dept.Store dan Supermarket	454.395	565.087	602.834
JM Kenten	Dept.Store dan Supermarket	633.218	521.785	590.700
Pasaraya JM	Dept.Store dan Supermarket	860.632	880.750	908.472
JM Plaju	Dept.Store dan Supermarket	652.907	704.400	758.586

Sumber: JM Group, 2020

Pada tabel 1.2 menjelaskan bahwa *outlet* Pasaraya JM memiliki jumlah pengunjung yang paling banyak di tahun 2017 yaitu sebanyak 860.632 dibandingkan dengan cabang JM lainnya. Pada tahun 2018 *outlet* Pasaraya JM juga memiliki pengunjung paling banyak diantara cabang lainnya yaitu sebanyak 880.750 pengunjung. Hal tersebut juga berlaku di tahun 2019 dimana ada 908.472 pengunjung paling banyak mendatangi *outlet* Pasaraya JM. Lokasi Pasaraya JM yang terletak di Jl. Letkol Iskandar No. 578, 17 Ilir Kec. Ilir Timur I Palembang.

Faktor pendukungnya dikarenakan Pasaraya JM memiliki fasilitas yang lebih unggul dibandingkan cabang JM Group lainnya. Dimana faktor lainnya yang muncul dari Pasaraya JM adalah ketersediaan produk yang lengkap, mempunyai kualitas barang *branded*, harga yang ditawarkan bersaing dengan perusahaan ritel serupa yang berada di jalan Letkol Iskandar No. 578, 17 Ilir Kec. Ilir Timur I Palembang dikarenakan mempunyai departement store dan supermarket.

Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa (2017, h.196) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan, jika kinerja berada di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas. Tetapi jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen merasa puas tetapi jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan merasa lebih puas atau senang.

Sehingga strategi pemasaran yang diperlukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen secara keseluruhan pada variabel kepuasan konsumen berpengaruh terhadap produk, harga, promosi, kualitas pelayanan sangatlah berperan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono dalam Priansa (2017, h.209) menjelaskan tentang produk adalah layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi: jenis produk, mutu atau kualitas

produk dan persediaan produk. Sehingga variabel produk mempengaruhi kepuasan konsumen.

Produk Pasaraya JM lebih unggul dibandingkan produk JM lainnya dikarenakan produk Pasaraya JM memiliki berbagai barang *branded* yang memiliki kualitas dari segi bahan dan stok barang yang banyak serta lokasi yang strategis. Menurut penelitian terdahulu (Marsusanti, Susilawati, 2016) menjelaskan bahwa kualitas produk secara parsial t-hitung sebesar  $2,040 > t$ -tabel sebesar  $1,985$  dan nilai signifikan  $0,044 < 0,05$  artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Harga adalah bagian yang melekat pada produk Pasaraya JM yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk, secara keseluruhan variabel dependen pada variabel harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Harga barang yang diperjualbelikan oleh Pasaraya JM lebih murah dibandingkan ritel lainnya dikarenakan di lokasi Pasaraya JM menjual produk yang lengkap dan dapat memuaskan hati konsumen untuk tidak berbelanja di ritel lainnya. Menurut penelitian terdahulu (Sulaeman, 2018) menjelaskan bahwa variabel Harga secara parsial memiliki t-hitung sebesar  $1,958 \geq t$ -tabel sebesar  $1,659$  sehingga dapat dikatakan variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Promosi adalah mengenai informasi produk dan jasa perusahaan PT.Jaya Masawan Putra Sejahtera seperti Pasaraya JM dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran. Penelitian dalam hal ini meliputi iklan, produk dan jasa, diskon barang dan pemberian hadiah-hadiah. Secara keseluruhan variabel dependen pada variabel promosi sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pasaraya JM melakukan promosi dengan cara melakukan potongan harga dengan menjadi member card JM dimana untuk menjadi member card harus belanja lebih dari Rp.200.000. Maka akan mendapatkan poin 20 yang akan langsung masuk ke member card JM. Apabila sudah mendapatkan member card JM konsumen bisa menambah reward atau poin ketika berbelanja lagi dan poin tersebut bisa ditukarkan dengan potongan harga untuk pembelian selanjutnya. Menurut penelitian terdahulu(Kusumawati, Anis Marjukah, 2016) menjelaskan bahwa variabel promosi secara parsial memiliki t-hitung sebesar  $8,194 > t\text{-tabel } 1,984$  sehingga dapat dikatakan variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Yulianto dalam Hardiansyah (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan / kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam hal ini, kualitas pada dasarnya terkait dengan pelayanan yang baik yaitu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan atau masyarakat secara memuaskan.

Hal ini bisa dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan Pasaraya JM terhadap konsumen. Jika ada konsumen yang sudah melakukan pembelian lebih dari Rp 200.000 akan langsung ditawarkan menjadi member card JM sehingga untuk pembelian selanjutnya konsumen bisa mendapatkan potongan harga. Menurut penelitian sebelumnya (Rahmat, Yogie, 2018) menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial memiliki t-hitung sebesar  $5.688 > t\text{-tabel sebesar } 1,984$  sehingga dapat dikatakan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Utami (2014, h.89) lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah toko yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah toko yang dilakukan peritel dalam melakukan penempatan tokonya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Alasan peneliti mengambil objek Pasaraya JM dikarenakan lokasi yang strategis sehingga memudahkan masyarakat untuk menemukannya.

Berdasarkan fenomena yang ada dan dari latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pasaraya JM Palembang).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian diatas maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana variabel produk, harga, promosi, kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara parsial di Pasaraya JM Palembang ?
2. Bagaimana variabel produk, harga, promosi, kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara simultan di Pasaraya JM Palembang ?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas maka penulis tertarik menganalisis pengaruh produk, harga, promosi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pasaraya JM Palembang.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Untuk menganalisis secara parsial pengaruh produk, harga, promosi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pasaraya JM Palembang
- 2) Untuk menganalisis secara simultan pengaruh produk, harga, promosi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pasaraya JM Palembang

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan sebagai berikut

### 1) Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis dari penelitian yang dilakukan dengan cara penulis dapat mengaplikasikan teori-teori yang telah didapatkan selama perkuliahan berlangsung.

### 2) Bagi Objek Penelitian

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi perusahaan untuk lebih mengenal dan mempelajari kepuasan konsumen serta dapat memberi masukan dalam rangka perumusan strategi dan penentuan kebijaksanaan pemasaran dalam perusahaan mengenai produk, harga, promosi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pasaraya JM Palembang.

### 3) Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi perbandingan untuk menambah wawasan bagi pembaca mengenai produk, harga, promosi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pasaraya JM Palembang.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab meliputi :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab I penulis akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab II penulis akan membahas mengenai teori-teori yang berperan dalam mendukung proses penelitian dalam menganalisis masalah. Yang akan tercantum antara lain teori kualitas produk, teori pelayanan, teori harga, teori promosi dan teori kepuasan konsumen.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab III penulis akan menjelaskan pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan teknik analisis data. Ini bertujuan agar pihak lain yang membaca dapat mengerti dan memahami bagaimana jalan atau alur penelitian ini berlangsung.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penulis akan membahas gambaran umum objek penelitian. Hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh dan memberikan saran bagi perusahaan terkait.



**STIE**  
 **MDP**

## DAFTAR PUSTAKA

- Anshori dan Iswati. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edisi 2. Airlangga University Press.
- Ghozali, Imam 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hisam, Mohammed Wamique, dkk. 2016. *The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: on Selected Retail Stores in India*. *Internasional Review of Management and Marketing*, Diakses 28 Maret 2020 (<http://www.econjournals.com>)
- Kusumawati, Weny & Anis Marjukah. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen di Matahari Department Store Klaten. *Kiat Bisnis Vol. 6 No. 4*
- Marsusanti, dan Susilawati. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Matahari Department Store Kota Sukabumi*, Diakses 28 Maret 2020.
- Priansa, Donni Juni 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta, Bandung
- Priyanto, Duwy 2014, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Andi, Yogyakarta
- Rahmat, Yogie. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Hero Supermarket TBK. Cabang Giant Ekstra Metropolitan City Panam Pekanbaru. *Eko dan Bisnis (Riau Economics and Business Reviewe)*. Vol. 9 No. 4.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, C.V. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono 2018, *Metode Penelitian Manajemen*, Alfabeta Bandung
- Sulaiman, Moh Muklis. 2018 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Merek Cardinal di Ramayana Bungurasih Sidoarjo. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Lamongan Vol III No.3.
- Sujarweni, Wiratna V 2014, *Metodologi Penelitian*, Pusaka Baru Pes, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran* Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi.  
Utami, Christina Whidya. 2014 *Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*, edisi 2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Yulianto, Andri Rizko.2018. Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, Vol 20 No. 2.

