

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PAT THAI YA THAI TEA DI PASAR ATOM MALL SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Prasyarat
Dalam Menyusun Skripsi**



Oleh :

CHRISTIAN ADE PUTRA WIJAYA TAN

13110029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2018

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PAT THAI YA THAI TEA DI PASAR ATOM MALL SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

CHRISTIAN ADE PUTRA WIJAYA TAN

13110029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2018

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pat Thai Ya Thai Tea di Pasar Atom Mall Surabaya

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan
Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika
Jurusan Manajemen Pemasaran

Pada hari,

Disusun oleh :

Nama : Christian Ade Putra Wijaya Tan
NPM : 13110029
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji :

1. V. Ratna Inggawati, S.E.,M.M (Ketua)
2. Lilik Indrawati, S.E., M.M. (Anggota)
3. Thyopoida W.S.P., SE., MM. (Anggota)

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang di tulis oleh Christian Ade Putra Wijaya Tan dengan NPM

13110029

Telah diuji pada

Dinyatakan LULUS oleh :



Ketua Tim Penguji

(V. Ratna Inggawati, S.E.,M.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Program Studi,

(Thyophoida W.S.P., S.E., M.M.)

(Lilik Indrawati, S.E., M.M)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Christian Ade Putra Wijaya Tan
Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Pemasaran
Alamat : Jl. Manyar Dukuh 8, Surabaya
No Identitas (KTP/SIM) : 3578082112920001

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pat Thai Ya Thai Tea di Pasar Atom Mall Surabaya adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadikan rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai dengan kaidah akademik yang berlaku secara umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya,

Hormat saya,

Christian Ade Putra Wijaya Tan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Produk ,Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pat Thai Ya Thai Tea di Pasar Atom Mall Surabaya”**.

Skripsi ini merupakan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Romo Dr. Yustinus Budi Hermanto MM. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Ibu Thyophoida W.S.P., S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Ibu Lilik Indrawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya dan Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan masukan selama proses pembuatan skripsi.

4. Kedua orang tua serta saudara saya yang telah banyak memberi kasih sayang dan doa sehingga perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik.
5. Seluruh dosen pengajar pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama duduk dibangku kuliah.
6. Pemilik dan karyawan Pat Thai Ya Thai Tea Pasar Atom Mall Surabaya yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan membantu penulis selama proses penelitian.
7. Kepada teman saya Raymond Rohana, Amanda Eunike, William Gunawan, Elisabeth Laurent, Alexius Nelson, David, Jimmy dan Samuel serta sahabat dekat saya yang selalu memberikan kritik dan saran serta mendukung secara mental.

Surabaya, 1 Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
ABTRAK	viii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Produk	7
2.1.2 Harga	9
2.1.3 Promosi	13
2.1.4 Lokasi	17
2.1.5 Kualitas Layanan	19
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	23
2.1.7 Strategi Memuaskan Pelanggan	26
2.1.8 Pengaruh Antar Variabel	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29

2.3 Rerangka Pemikiran	32
2.4 Rerangka Konseptual	33
2.5 Hipotesis Penelitian	34

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian	35
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	35
3.3 Variabel Penelitian	36
3.4 Definisi Operasional	37
3.5 Populasi dan Sampel	39
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	40
3.6.1 Metode Penelitian	41
3.6.2 Teknik Analisis Data	41

BAB 4 HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	47
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	47
4.1.2 Visi Misi Perusahaan	48
4.1.3 Struktur Organisasi	48
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	49
4.2.1 Karakteristik Responden	49
4.2.2 Deskripsi Data	50

4.3 Pembahasan dan Analisis Data 51

4.3.1 Analisa Data 51

BAB 5 PENUTUP

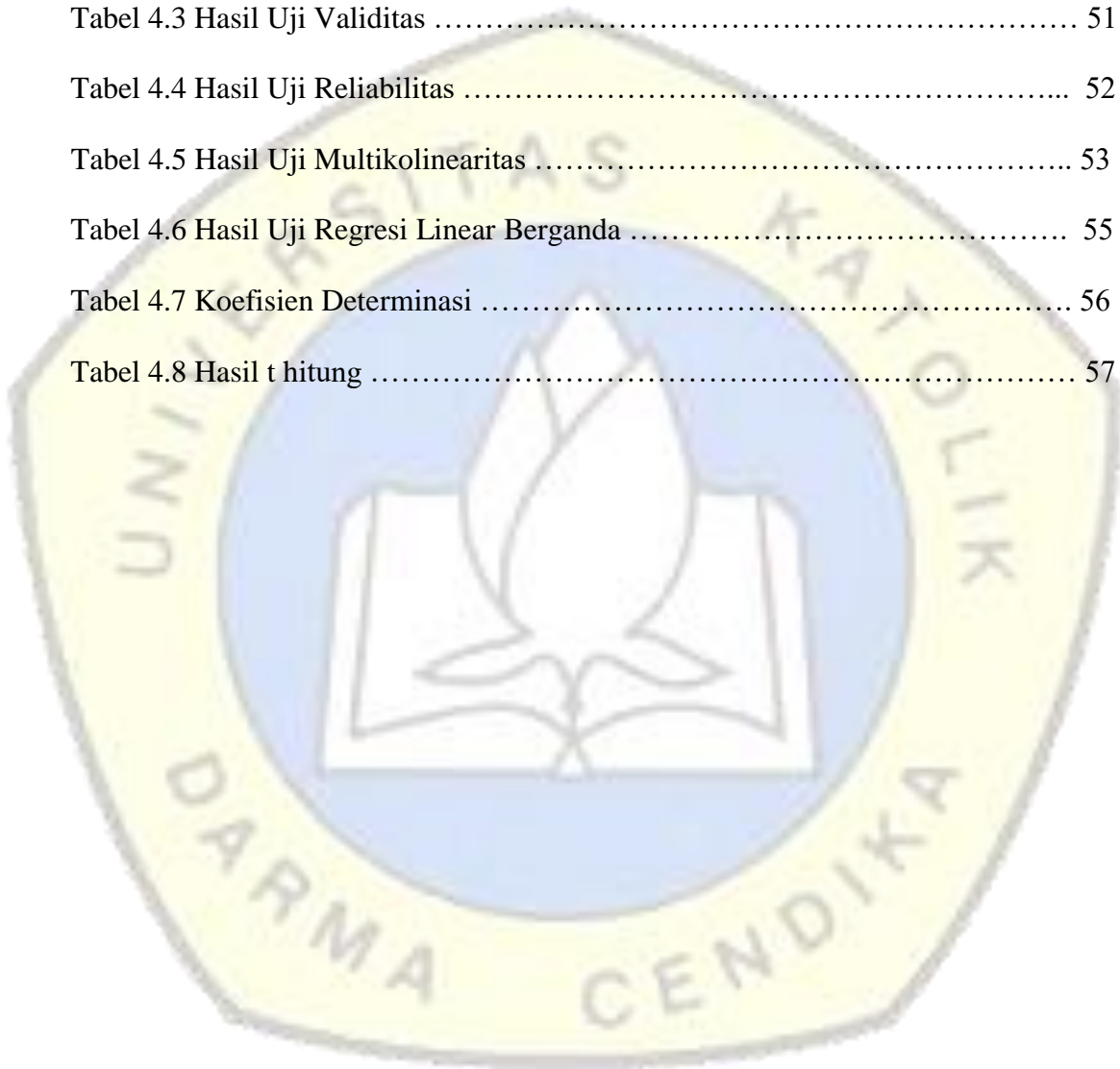
5.1 Kesimpulan 61

5.2 Saran 62



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Pertumbuhan Konsumsi Teh di Indonesia	1
Tabel 3.1 Kriteria Koefisien Korelasi	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.8 Hasil t hitung	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Harga	13
Gambar 2.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan	25
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran.....	32
Gambar 2.4 Rerangka Konseptual.....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	53
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Gambar 4.4 Hasil Uji t Variabel Produk	58
Gambar 4.5 Hasil Uji t Variabel Harga	58
Gambar 4.6 Hasil Uji t Variabel Promosi	59
Gambar 4.7 Hasil Uji t Variabel Lokasi	60
Gambar 4.8 Hasil Uji t Variabel Kualitas Layanan	60

ABSTRAK

Oleh :

Christian Ade Putra Wijaya Tan

Perkembangan dunia kuliner di Indonesia semakin beragam. Peluang inilah yang dilihat sebagian besar produsen untuk menciptakan kreativitas kuliner demi bersaing dengan para kompetitor. Salah satu inovasi minuman teh yang ada sekarang ini dan mulai berkembang di Indonesia adalah Pat Thai Ya Thai Tea yang berciri khas ala Thailand. Untuk dapat bertahan dalam persaingan Pat Thai Ya Thai Tea selalu menjalankan konsep bauran pemasaran (produk, harga, promosi, lokasi) dan menjaga kualitas layanan untuk dapat memuaskan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Lokasi (X4), dan Kualitas Layanan (X5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pat Thai Ya Thai Tea di Pasar Atom Mall Surabaya.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif karena data yang diperoleh peneliti berbentuk angka yang dihitung dengan metode statistik. Pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, karena mengambil sampel dengan kriteria tertentu yaitu telah membeli Pat Thai Ya Thai Tea lebih dari satu kali dan telah berusia minimal 17 tahun. Sampel yang diambil berjumlah 125 sampel. Metode yang digunakan adalah dengan membagikan kuisioner dan dianalisis menggunakan SPSS *for Windows* versi 16

Berdasarkan uji regresi linear berganda ditemukan model $Y = -0,657 + 0,194X1 + 0,195X2 + 0,178X3 + 0,298X4 + 0,126X5$. Berdasarkan uji regresi linear berganda, lokasi (X4) mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan (Y). Hasil t tabel adalah 1,980. Hasil t hitung produk (X1) adalah 2,205 dengan signifikan 0,029. Hasil t hitung harga (X2) adalah 2,196 dengan signifikan 0,030. Hasil t hitung promosi (X3) adalah 0,248 dengan signifikan 0,026. Hasil t hitung lokasi (X4) adalah 3,684 dengan signifikan 0,000. Hasil t hitung kualitas layanan (X5) adalah 2,358 dengan signifikan 0,020

Hasil dari penelitian ini adalah Produk, Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pat Thai Ya Thai Tea di Pasar Atom Mall Surabaya

Kata kunci : *Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Layanan, Kepuasan*

ABSTRACT

By :

Christian Ade Putra Wijaya Tan

The development of the culinary in Indonesia has increasingly diverse. This is what manufacturers culinary see to create creativity to compete with competitors. One of the innovations of tea drinks that exist today and began to flourish in Indonesia is Pat Thai Ya Thai Tea which is characteristic of the Thai style. To survive in the competition Pat Thai Ya Thai Tea always runs the concept of marketing mix (product, price, promotion, location) and keeps the quality of service to be able to satisfy customers.

The purpose of this research is to know the effect of Product (X1), Price (X2), Promotion (X3), Location (X4), and Quality of Service (X5) to Customer Satisfaction (Y) Pat Thai Ya Thai Tea at Pasar Atom Mall Surabaya.

This research is quantitative research because the data obtained by researchers in the form of numbers and it calculated by statistical methods. The sampling that used is Purposive Sampling, because it takes sample with certain criteria that has been bought Pat Thai Ya Thai Tea more than once and has been at least 17 years old. The samples were 125 samples. The method used is by distributing questionnaires and it analyzed using SPSS for Windows version 16

Based on multiple linear regression test found model $Y = -0.657 + 0,194X1 + 0,195X2 + 0,178 X3 + 0,298X4 + 0,126X5$. Based on multiple linear regression test, location (X4) has the greatest attribute to satisfaction (Y). The result of t table is 1,980. The result of product t count (X1) is 2,205 with significant 0,029. Result of price t count (X2) is 2,196 with significant 0,030. Result of promotion t count (X3) is 2,248 with significant 0,026. The result of location t count (X4) is 3,684 with significant 0.000. The result of service quality t count (X5) is 2,358 with significant 0,020

The result of this research is Product, Price, Promotion, Location, and Quality of Service influence to Pat Thai Customer Satisfaction Yes Thai Tea at Pasar Atom Mall Surabaya

Keywords : Product, Price, Promotion, Location, Service Quality, Satisfaction

