

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK NATASHA SKIN
CARE DI SOLO**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

RETNO WULAN YANUARTI

B 100 100 316

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2014**

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK NATASHA SKIN CARE DI
SOLO.**

Yang ditulis oleh :

RETNO WULAN YANUARTI

B 100 100 316

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Juli 2014

Pembimbing



(Wuryaningsih, DL.MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Driyono, SE, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph. : (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **RETNO WULAN YANUARTI**
NIRM : **10.6.106.02016.500316**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PRODUK NATASHA
SKIN CARE DI SOLO**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Juli 2014
Yang Membuat Pernyataan

RETNO WULAN YANUARTI

MOTTO

Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.

(Aristoteles)

“Sesungguhnya bersama kesulitan pasti ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Allah SWT engkau berharap”.

(QS. Al-Insyirah:6-8)

Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu tidak memanfaatkannya untuk memotong, ia akan memotongmu (menggilasimu).

(HR. Muslim)

Sabar dalam mengatasi kesulitan dan bertindak bijaksana dalam mengatasinya adalah sesuatu yang utama.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati kupersembahkan karya ini untuk :

- ❖ *Allah SWT, karena pertolongan-Nya lah rasa syukur ku ucapkan.*
- ❖ *Ayah dan Ibunda tercinta Ihwan dan Sutarmi, terima kasih banyak atas kasih sayangnya yang tiada terhingga, perhatian, kesabaran, dan dukungan baik moral, spiritual, maupun materi, dan yang selalu membimbingku, mendoakanku setiap waktu.*
- ❖ *Calon Imamku, Odi Eka Putra, S.H, terima kasih atas bantuanmu, doamu, ketulusanmu, dan kesabaranmu, untuk selalu tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.*
- ❖ *Sahabat-sahabatku, Vinta, Hafi, Lola, Ida, Isty, Lina, Ita, Sajiwo, terima kasih atas doa, masukan, semangat, dan dorongan selama ini untuk selalu lebih baik di hari yang akan datang.*
- ❖ *Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS.*

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen. Data yang dipakai berjumlah 70 responden yang menjadi konsumen natasha skin care di Solo. Metode yang digunakan adalah metode purposive sampling untuk mencari responden. Metode analisis data yang digunakan sebagai acuan untuk menguji penelitian adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda. Uji asumsi klasik terdapat uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, sedangkan uji hipotesis yang digunakan uji T, uji F, koefisien determinasi.

Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai probabilitas variabel harga lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$). Untuk variabel promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai probabilitas variabel promosi lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$).

Sedangkan Hasil uji F secara bersama-sama variabel-variabel harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat ditunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 34.978 dengan nilai probabilitas sebesar 0.000 ($0.000 < 0.05$), sehingga model yang digunakan adalah fit. Hasil koefisien determinasi atau *R square* (R^2) sebesar 0,511, berarti variasi perubahan variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh harga (X_1), dan promosi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 51,1%. Sedangkan sisanya sebesar 48,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata Kunci : *Harga, Promosi, Kepuasan Konsumen*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, shalawat serta salam kepada nabi Muhammad SAW, atas rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "ANALISIS PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK NATASHA SKIN CARE DI SOLO" sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis Jurusan Ekonomi Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan moril maupun materil, langsung maupun tidak langsung, sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati penulis hanya mampu mengucapkan terimakasih yang tulus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Bambang Setiaji selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Triyono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Anton Agus S, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Drs. Wiyadi, MM.,Ph.D, selaku Pembimbing Akademik selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Ibu Dra. Wuryaningsih, DL., MM selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen yang telah meluangkan ilmu kepada penulis, sehingga sangat bermanfaat bagi penulisan skripsi ini.
7. Segenap staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan banyak kemudahan dan bantuannya.
8. Ayah dan Ibunda tercinta terima kasih telah memberikan dorongan dan bantuan baik material maupun spiritual dengan penuh kasih sayang.
9. Calon Imamku, Odi Eka Putra, S.H, terima kasih atas bantuanmu, doamu, ketulusanmu, dan kesabaranmu, untuk selalu tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis, angkatan 2010 di setiap jurusan, semoga kesuksesan senantiasa mengiringi langkah kaki kita.
11. Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis hanya dapat membalas dengan doa semoga Allah SWT membalas jasa serta baik budi semuanya di atas. Penulis berharap semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, Juli 2014

Penulis

Retno Wulan Yanuarti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Kepuasan Konsumen	7
2. Proses Keputusan Pembelian.....	8
3. Elemen Kepuasan Konsumen	10

	4. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen .	11
	5. Tipe-tipe Ketidakpuasan Konsumen.....	12
	6. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	13
	7. Produk.....	15
	8. Harga.....	16
	9. Promosi	18
	B. Penelitian Terdahulu	20
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	23
	A. Kerangka Pemikiran	23
	B. Hipotesis	23
	C. Variabel Penelitian	24
	D. Definisi Operasional Variabel	24
	E. Populasi dan Sampel.....	26
	F. Jenis dan Sumber Data	27
	G. Metode Pengumpulan Data	28
	H. Metode Analisis Data	28
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
	A. Deskripsi Responden	38
	B. Uji Instrumen.....	41
	C. Uji Asumsi Klasik	45
	D. Analisis Data	48
	E. Pembahasan	54

BAB V	PENUTUP	56
	A. Kesimpulan	56
	B. Keterbatasan Penelitian	57
	C. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Karakteristik Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2.	Karakteristik Usia.....	39
Tabel 4.3.	Karakteristik Pekerjaan.....	40
Tabel 4.4.	Karakteristik Pendapatan	41
Tabel 4.5.	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	42
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	42
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan	43
Tabel 4.8.	Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.9.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 4.10.	Hasil Uji Normalitas	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	9
Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas.....	47