

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SHIHLIN TAIWAN STREET SNACK LIPPO
MALL KEMANG VILLAGE**

**SKRIPSI
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata I**



Nama : Zailani Sawaludin

NIM : 041401503125164

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SHIHLIN TAIWAN STREET SNACK LIPPO
MALL KEMANG VILLAGE
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata I



Oleh:

Nama : Zailani Sawaludin

NIM : 041401503125164

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan promosi (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Shihlin Taiwan Street Snack Lippo Mall Kemang Village. Sampel diperoleh dengan metode *roscoe*, dan dipilih 100 responden sebagai sampel. Sedangkan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis regresi berganda. Hasil uji signifikan parsial (uji statistik t) dari analisis dan pembahasan penelitian menunjukkan bahwa; kualitas produk, dengan nilai $t_{hitung} 3.634 > t_{tabel} 1.98373$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Dengan demikian berarti bahwa kualitas produk (X_1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Kualitas pelayanan, dengan nilai $t_{hitung} 4.968 > t_{tabel} 1.98373$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Dengan demikian berarti bahwa kualitas pelayanan (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Promosi, dengan nilai $t_{hitung} 7.268 > t_{tabel} 1.98373$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Dengan demikian berarti bahwa promosi (X_3) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Sementara hasil uji signifikan simultan (uji f) menunjukkan bahwa $F_{hitung} 56.097 > F_{tabel} 2.70$. Dengan demikian berarti bahwa variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan promosi (X_3) secara simultan memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen di Shihlin Taiwan Street Snack Lippo Mall Kemang Village.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality (X_1), service quality (X_2) and promotion (X_3) on consumer satisfaction (Y) at Shihlin Taiwan Street Snack Lippo Mall Kemang Village. Samples were obtained by the Roscoe method, and 100 respondents were selected as samples. While the data analysis used in this research includes: data quality test, classic assumption test, hypothesis test and multiple regression analysis. The results of the partial significant test (t statistical test) from the analysis and discussion of the study showed that; product quality, with a t_{count} of $3.634 > t_{table} 1.98373$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Thus it means that product quality (X_1) has a significant influence on customer satisfaction partially. Quality of service, with a value of $4.968 > t_{table} 1.98373$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Thus it means that service quality (X_2) has a significant influence on customer satisfaction partially. Promotion, with a value of $7.268 > t_{table} 1.98373$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Thus it means that promotion (X_3) has a significant influence on customer satisfaction partially. While the results of the simultaneous significant test (test f) showed that $F_{count} 56,097 > F_{table} 2.70$. Thus it means that product quality (X_1), service quality (X_2) and promotion (X_3) variables simultaneously have a significant influence on consumer satisfaction at Shihlin Taiwan Street Snack Lippo Mall Kemang Village.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Promotion and Consumer Satisfaction*