



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENDORONG KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN MINTOROGO MART
KARANGANYAR DEMAK)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

MOHAMMAD ARI GUNAWAN

2017-11-095

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENDORONG KEPUASAN
PELANGGAN**
**(STUDI KASUS PADA PELANGGAN MINTOROGO MART
KARANGANYAR DEMAK)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan tim penguji ujian skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing I

Nurul Rizka Arumsari,, S.E., M.M.

NIDN : 0628048702

Dr. Kertati Sumekar, SE, MM.

NIDN / 0616077304

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dosen Pembimbing II

Dr. Kertati Sumekar, SE, MM.

NIDN : 0616077304

Dina Lusianti, SE. MM. AAK.

NIDN : 0630098401

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman”. Tidak diperkenankan senantiasa memandang diri sebagai orang yang buruk atau penuh kekurangan, setiap manusia mendapat anugrah dari Allah berupa kelebihan dan kelemahan masing masing. Berfikir negatif terhadap diri sendiri menandakan kurang nya rasa syukur. Maksimalkan kelebihan yang anda punya untuk kebaikan dan jadikan kekurangan sebagai motivasi untuk meningkatkan kualitas diri”

(QS Al Imran : 139).

Persembahan:

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

- Ayah dan Ibunda tercinta yang selalu mendukung saya dari awal sampai sekarang.
- Saudara-saudaraku yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
- Teman-temanku seperjuangan yang selalu mendukung dan memberikan saran dan pengarahan mengenai alur skripsi.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENDORONG KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN MINTOROGO MART KARANGANYAR DEMAK)”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Jurusan Manajemen Pemasaran. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Prof. Dr. Ir. Darsono, M,Si.,selaku rektor Universitas Muria Kudus.
- 2) Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus dan selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan, maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
- 3) Nurul Rizka Arumsari,. S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
- 4) Dina Lusianti, SE. MM. AAK. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.

- 5) Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- 6) Kedua orang tua saya tercinta, Bapak dan Ibu serta kakak-kakaku. Terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala dukungan, semangat, serta do'a yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 7) Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, agar kelak penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Kudus,

2022

MOHAMMAD ARI GUNAWAN
2017-11-095

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENDORONG KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN MINTOROGO MART
KARANGANYAR DEMAK)**

MOHAMMAD ARI GUNAWAN

2017-11-095

Pembimbing :

- (1) Dr. Kertati Sumekar, SE, MM.
(2) Dina Lusianti, SE. MM. AAK.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan Mintorogo Mart Karanganyar Demak yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan, *customer experience* dan *perceived value*. Penelitian ini menggunakan rumus slovin, 5%.setelah dihitung didapat ada 125 responden yang diperoleh dari beberapa bagian responden yang didapat dari perhitungan rumus. Hasil analisis dalam penelitian sebagai berikut: 1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin baik harga yang dimiliki akan berdampak semakin baik kepuasan pelanggan. 2) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin baik kualitas layanan yang dimiliki akan berdampak semakin baik kepuasan pelanggan. 3) *Customer experience* berpengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan, artinya semakin baik *customer experience* yang dimiliki akan berdampak semakin baik kepuasan pelanggan. 4) *Perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin baik *perceived value* yang dimiliki akan berdampak semakin baik kepuasan pelanggan. 5) Harga, kualitas pelayanan, *customer experience*, dan *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin baik harga, kualitas pelayanan, *customer experience*, dan *perceived value* yang dimiliki akan berdampak semakin baik kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Experience, Perceived Value, dan Kepuasan Pelanggan.

**ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION DRIVEN FACTORS
(CASE STUDY ON CUSTOMERS MINTOROGO MART
KARANGANYAR DEMAK)**

MOHAMMAD ARI GUNAWAN

2017-11-095

Advisor :

- (1) Dr. Kertati Sumekar, SE, MM.
- (2) Dina Lusianti, SE. MM. AAK.

ABSTRACTION

This study aims to analyze the influence of the factors driving customer satisfaction Mintorogo Mart Karanganyar Demak which consists of price, service quality, customer experience and perceived value. This study uses the slovin formula, 5%. After being calculated, there are 125 respondents obtained from several parts of the respondents obtained from the calculation of the formula. The results of the analysis in the study are as follows: 1) Price has a positive and significant effect on customer satisfaction, meaning that the better the price, the better the customer satisfaction. 2) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, meaning that the better the quality of the service, the better the customer satisfaction. 3) Customer experience has a positive and significant impact on customer satisfaction, meaning that the better the customer experience, the better the customer satisfaction. 4) Perceived value has a positive and significant effect on customer satisfaction, meaning that the better the perceived value, the better the customer satisfaction. 5) Price, service quality, customer experience, and perceived value have a positive and significant effect simultaneously on customer satisfaction, meaning that the better the price, service quality, customer experience, and perceived value, the better the customer satisfaction will be.

Keywords: *Price, Service Quality, Customer Experience, Perceived Value, and Customer Satisfaction.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACTION</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	9
1.3. Perumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Kepuasan Pelanggan	12
2.2. Harga	23
2.3. Kualitas Layanan	27
2.4. <i>Customer Experience</i>	31
2.5. <i>Perceived Value</i>	36
2.6. Pengaruh Antar Variabel	38
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu	45
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	49
2.9. Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1. Rancangan Penelitian	52

	Halaman
3.2. Variabel Penelitian	53
3.3. Populasi dan Sampel	56
3.4. Jenis Data dan Sumber Data	57
3.5. Pengumpulan Data	58
3.6. Pengolahan Data	59
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas	61
3.8. Uji Asumsi Klasik	61
3.9. Analisis Data	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.2. Penyajian Data	70
4.3. Analisis Data	77
4.4. Pembahasan	90
BAB V PENUTUP	102
5.1. Kesimpulan	102
5.2. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omset Penjualan Mintorogo Mart	6
Tabel 3.1 Kriteria Autokorelasi	63
Tabel 4.1 Prosentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.2 Prosentase Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4.3 Prosentase Responden Berdasarkan Pendidikan.....	72
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Harga	73
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Kualitas Layanan	74
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel <i>Customer Experience</i>	75
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel <i>Perceived Value</i>	76
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	77
Tabel 4.9 Uji Validitas	78
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	79
Tabel 4.11 Hasil uji Multikolinieritas.....	81
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
Tabel 4.13 Hasil Uji t (Uji Parsial)	87
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	89
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis	50
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot	82
Gambar 4.2 Grafik P-Plot	83
Gambar 4.3 Grafik Histogram.....	84

