



**PENGARUH PRODUK, HARGA, SALURAN DISTRIBUSI,
PROMOSI, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. KUDUS KARYA PRIMA**

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

Diajukan Oleh :

MAHDA YULIANA RISKAWATI

NIM. 2013-11-075

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2017**

**PENGARUH PRODUK, HARGA, SALURAN DISTRIBUSI,
PROMOSI, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. KUDUS KARYA PRIMA**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus,

2017

Mengetahui,
Ketua ProgDi



AGUNG SUBONO, SE. M.Si
NIDN. 00520017602

Pembimbing I



Dr. Drs. AG. SUNARNO H, SH, S.Pd, MM
NIDN. 0022065501

Mengetahui,
Dekan



Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs. MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



IWAN SUROSO, SE. MM
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Ilmu tanpa agama menjadikan kita buta, sedangkan agama tanpa ilmu akan
menjadikan kita lumpuh

(Albert Einstein)

Barang siapa diuji lalu bersabar, diberi lalu bersyukur, didzalimi lalu dimaafkan
dan berbuat dzalim lalu istiqfar maka keselamatan dan merekalah orang-orang
yang memperoleh hidayah. **(H. R. Al Baihagi)**

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini dikhususkan pada :

1. Kedua orang tuaku
2. Sabahat dan teman
3. Almamater UMK.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan berkah-Nya, sehingga dapat terselesaikan skripsi dengan judul **PENGARUH PRODUK, HARGA, SALURAN DISTRIBUSI, PROMOSI, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. KUDUS KARYA PRIMA**. Skripsi ini disusun untuk sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis dapat membimbing dan bantuan yang berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd, MM, selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak Iwan Suroso, SE, MM, selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah menyumbangkan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis dan seluruh staff dan

karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah membantu penulis selama menempuh studi.

6. Pimpinan PT. Kudus Karya Prima yang telah memberikan ijin penelitian serta segenap karyawan yang bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang juga banyak memberikan dorongan sumbangan tenaga dan pikiran serta doa.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, untuk itu kritik dan saran dari segenap pembaca sangat diharapkan guna kesempurnaannya. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan.

Kudus, 2017

Peneliti

Mahda Yuliana Riskawati
NIM. 2013-11-075

PENGARUH PRODUK, HARGA, SALURAN DISTRIBUSI, PROMOSI, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. KUDUS KARYA PRIMA

Mahda Yuliana Riskawati
NIM. 2013-11-075

Dosen Pembimbing I : Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd, MM

II : Iwan Suroso, SE, MM

Beberapa kondisi produk yang dihasilkan masih ada produk yang kurang baik (cacat) hal ini disebabkan kurangnya pengecekan ketika barang akan di jual, maupun kerusakan dapat terjadi ketika pada proses pengiriman barang. Pemesanan meubel dengan tingkat kesulitan yang tinggi mempunyai harga produk atau harga jual yang masih terlalu tinggi. Beberapa desain pesanan meubel dari pelanggan merasa waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan produk dengan model meubel diinginkan masih tergolong lama. Perumusan masalah apakah saluran produk, harga, saluran distribusi, promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun secara berganda. Sampel penelitian sebanyak 68 responden. Penyusunan skripsi ini menggunakan data kuantitatif untuk dihitung dengan komputer program SPSS yang merupakan program komputer untuk statistik, dengan alasan agar hasil yang diperoleh lebih valid dalam menganalisis statistik uji t, uji F dan koefisien determinasi. Dari hasil analisis data dapat disimpulkan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai Sig. $0,023 < 0,05$. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai Sig. $0,008 < 0,05$. Saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai Sig. $0,022 < 0,05$. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai Sig. $0,024 < 0,05$. Produk, harga, saluran distribusi, promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara berganda dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$

Kata kunci : produk, harga, saluran distribusi, promosi, dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT, PRICE, DISTRIBUTION CHANNELS, PROMOTION, TOWARD CUSTOMER SATISFACTION ON THE WORK OF PT KUDUS PRIMA

Mahda Yuliana Riskawati
NIM. 2013-11-075

Advisor I : Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd, MM

II : Iwan Suroso, SE, MM

Under some conditions the products produced there are still products that are less well (disabled) this is due to the lack of checking of when items will be on sale, as well as damage may occur when in the process of delivery of the goods. Ordering furniture with a high difficulty level has a value of a product or the selling price is still too high. Some designs furniture orders from customers feeling the time it takes to get a product with the desired model of furniture still belongs to long. Formulation of the problem whether a channel product, price, distribution channels, the promotion effect significantly to customer satisfaction well partially or in multiple. Sample research as much as 68 respondents. The preparation of this thesis using quantitative data to be calculated by computer program SPSS is a computer program for statistics, so that the results obtained are more valid in analyzing the test statistic t, F test and coefficient of determination. From the results of the data analysis can be concluded influential product significantly to customer satisfaction, with a value of Sig. $0.023 < 0.05$. Influential price significantly to customer satisfaction, with a value of Sig. $0.008 < 0.05$. Distribution channels effect significantly to customer satisfaction, with a value of Sig. $0.022 < 0.05$. Promotion effect significantly to customer satisfaction with niai Sig. $0.024 < 0.05$. Product, price, distribution channels, the promotion effect significantly to customer satisfaction are multiplied by the value of the Sig. $0.000 < 0.05$

Key words: product, price, distribution channels, promotions, and customer satisfaction.

DAFTAR ISI	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Manajemen Pemasaran	7
2.2. Produk	8
2.3. Harga	13
2.4. Saluran Distribusi	19
2.5. Promosi	23
2.6. Kepuasan Pelanggan	34
2.7. Pengaruh antar Variabel	39
2.8. Kerangka Pemikiran	41
2.9. Hipotesis	42
BAB. III. METODE PENELITIAN	44
3.1. Rancangan Penelitian	44
3.2. Variabel Penelitian	44
3.3. Jenis dan Sumber Data	47
3.4. Populasi dan Sampel	48
3.5. Metode Pengumpulan Data	49

3.6. Pengolahan Data	49
3.7. Uji Instrumen Data	50
3.8. Uji Asumsi Klasik	55
3.9. Model Analisis Data	57
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	61
4.2. Penyajian Data	72
4.2.1. Identitas Responden.....	72
4.2.2. Deskripsi Variabel Penelitian	74
4.3. Analisis Data	79
4.4. Pembahasan	88
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1. Kesimpulan	92
5.2. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Instrumen Produk	51
3.2. Hasil Uji Validitas Instrumen Harga	52
3.3. Hasil Uji Validitas Instrumen Saluran Distribusi	52
3.4. Hasil Uji Validitas Instrumen Promosi	53
3.5. Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pelanggan	54
3.6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	55
4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	72
4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	73
4.4. Frekuensi Variabel Produk (X_1)	74
4.5. Frekuensi Variabel Harga (X_2)	75
4.6. Saluran Distribusi (X_3)	76
4.7. Promosi (X_4)	77
4.8. Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (X_4)	78
4.9. Nilai Tolerance dan VIF Statistik	80
4.10. Hasil Analisa Regresi	83
Hasil Analisis Parsial dengan Uji t test (Dengan Signifikansi	
4.11. = 5% uji satu sisi)	84
4.12. Hasil Analisis Berganda dengan Uji t test (Dengan	
Signifikansi = 5%)	86

DAFTAR GAMBAR		Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pikir		41
4.1. Grafik Normal Probability Plot		79
4.2. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas		81



s