



**PENGARUH E-SERVICE QUALITY, ORIENTASI PASAR, PROMOSI
PENJUALAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA BATIK BENANG RAJA KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

MIRANTI TAMARA OLIVIANI

NIM 2017-11-216

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

TAHUN 2023



**PENGARUH E-SERVICE QUALITY, ORIENTASI PASAR, PROMOSI
PENJUALAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA BATIK BENANG RAJA KUDUS**

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

Oleh :

MIRANTI TAMARA OLIVIANI

NIM 2017-11-216

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

TAHUN 2023

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY, ORIENTASI PASAR, PROMOSI
PENJUALAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA BATIK BENANG RAJA KUDUS**

Nama : Miranti Tamara Oliviani
NIM : 201711216
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E.,M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing 1



(Mira Meilia Marika, SE.,MM)
NIDN. 0606058801

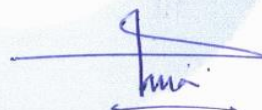
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Hertati Sumekar, S.E.,M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Mia Ajeng Alifiana, S.E.,M.B.A.)
NIDN. 0601058303

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.” (QS. Al-Insyirah: 5-6)

وَمَنْ يُشَاقِقْ يُشَاقِقْ اللَّهَ عَلَيْهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

“Barangsiapa yang menyulitkan (orang lain) maka Allah akan mempersulitnya para hari Kiamat.” (HR Al-Bukhari 7152)

“Boleh jadi keterlambatanmu dari suatu perjalanan adalah keselamatanmu, boleh jadi tertundanya pernikahanmu adalah suatu keberkahan.” - Quraish Shihab

PERSEMBAHAN

1. Terima kasih kepada kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan untuk setiap usahaku.
2. Terima kasih kepada calon suami saya yang selalu ada dan membantu untuk setiap usahaku.
3. Terima kasih kepada diriku sendiri yang sudah berjuang sejauh ini dan teman-teman yang selalu membantu setiap kali dibutuhkan.

ABSTRAKSI

PENGARUH E-SERVICE QUALITY, ORIENTASI PASAR, PROMOSI PENJUALAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BATIK BENANG RAJA KUDUS

MIRANTI TAMARA OLIVIANI
NIM 201711216

Dosen Pembimbing : 1. Mira Meilia Marka, SE.,MM
2. Mia Ajeng Alifiana, S.E.,M.B.A.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari *e-service quality*, orientasi pasar, promosi penjualan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Batik Benang Raja Kudus. Sampel yang digunakan sebanyak 125. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil *e-service quality*, orientasi pasar, promosi penjualan dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan.

Kata Kunci : *e-service quality*, orientasi pasar, promosi penjualan, inovasi produk dan kepuasan pelanggan

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY, MARKET ORIENTATION,
SALES PROMOTION AND PRODUCT INNOVATION ON CUSTOMER
SATISFACTION IN BATIK YARN RAJA KUDUS***

**MIRANTI TAMARA OLIVIANI
NIM 201711216**

Dosen Pembimbing : 1. Mira Meilia Marka, SE.,MM
2. Mia Ajeng Alifiana, S.E.,M.B.A.

***UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAGEMENT***

The purpose of this study was to analyze the effect of e-service quality, market orientation, sales promotion and product innovation on customer satisfaction. The population in this study were all customers of Raja Kudus Batik Yarn. The sample used was 125. Data analysis used multiple linear regression analysis. From the results of the research that has been done, the results of e-service quality, market orientation, sales promotion and product innovation have a positive and significant effect on customer satisfaction either partially or simultaneously.

Keywords: e-service quality, market orientation, sales promotion, product innovation and customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur Saya haturkan kepada Allah SWT, sebab berkat restu-Nya Saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Kualitas E-Service, Orientasi Pasar, Promosi Penjualan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Batik Benang Raja Kudus”**. Penulisan tugas akhir ini dilaksanakan untuk memenuhi persyaratan akademis guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Saya sadar jika dalam penyelesaian tugas ini dapat terlaksana dengan baik berkat bimbingan serta bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu, ijinkan Saya menyampaikan rasa 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.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E.,M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Mira Meilia Marka, SE.,MM selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan bimbingan dan berbagai macam masukan dalam melaksanakan penelitian.
5. Mia Ajeng Alifiana, S.E.,M.B.A. selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan bimbingan dan berbagai macam masukan dalam melaksanakan penelitian.

6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan ilmunya selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua saya yang telah memberikan berbagai macam bantuan baik secara dorongan, doa, motivasi, moral dan materi.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penelitian.

Skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga kritik serta saran yang baik sangat diperlukan. Saya berharap semoga hasil dari tugas ini dapat membawa manfaat bagi para pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Kudus, Juli 2023

Penulis

Miranti Tamara Oliviani

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN SAMBUNG..... | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| PERSETUJUAN SKRIPSI..... | iii |
| ABSTRAKSI..... | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Ruang Lingkup..... | 12 |
| 1.3. Rumusan Masalah..... | 12 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 14 |
| 1.5. Latar Belakang..... | 14 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 16 |
| 2.1. Landasan Teori..... | 16 |
| 2.1.1. <i>E-Service Quality</i> | 16 |
| 2.1.2. Orientasi Pasar..... | 19 |
| 2.1.3. Promosi Penjualan..... | 23 |
| 2.1.4. Inovasi produk..... | 27 |
| 2.1.5. Kepuasan Pelanggan..... | 30 |
| 2.2. Hasil Penelitian Terdahulu..... | 33 |
| 2.3. Pengaruh Antar Variabel..... | 37 |
| 2.3.1. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 37 |
| 2.3.2. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 38 |
| 2.3.3. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 39 |
| 2.3.4. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 39 |

| | | |
|-----------------------------------|--|----|
| 2.4. | Kerangka Pemikiran Teoritis | 40 |
| 2.5. | Hipotesis | 43 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 44 |
| 3.1. | Rancangan Penelitian..... | 44 |
| 3.2. | Jenis Penelitian..... | 44 |
| 3.3. | Variabel Penelitian..... | 45 |
| 3.3.1. | Identifikasi Variabel | 45 |
| 3.3.2. | Definisi Operasional | 46 |
| 3.4. | Jenis dan Sumber Data..... | 50 |
| 3.4.1. | Jenis Data..... | 50 |
| 3.4.2. | Sumber Data | 50 |
| 3.5. | Populasi, Sampel dan Teknik Sampling | 52 |
| 3.5.1. | Populasi | 52 |
| 3.5.2. | Sampel dan Teknik Sampling..... | 52 |
| 3.6. | Pengumpulan Data | 53 |
| 3.7. | Pengolahan Data | 54 |
| 3.8. | Analisis Data..... | 55 |
| 3.8.1. | Analisis Statistik Deskriptif..... | 56 |
| 3.8.2. | Uji Asumsi Klasik | 56 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 62 |
| 4.1. | Gambaran Objek Penelitian | 62 |
| 4.2. | Gambaran Karakteristik Responden | 63 |
| 4.2.1. | Jenis Kelamin Responden..... | 63 |
| 4.2.2. | Umur Responden | 64 |
| 4.2.3. | Pekerjaan Responden..... | 64 |
| 4.3. | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian | 65 |
| 4.3.1. | Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Service Quality</i> (X1) | 65 |
| 4.3.2. | Tanggapan Responden Terhadap Orientasi Pasar (X2)..... | 66 |
| 4.3.3. | Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan (X3)..... | 67 |
| 4.3.4. | Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Produk (X4)..... | 68 |
| 4.3.5. | Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)..... | 68 |

| | | |
|----------|---|----|
| 4.4. | Uji Instrumen Penelitian | 69 |
| 4.4.1. | Uji Validitas..... | 69 |
| 4.4.2. | Uji Reliabilitas..... | 71 |
| 4.5. | Analisis Data..... | 72 |
| 4.5.1. | Uji Asumsi Klasik | 72 |
| 4.5.2. | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 75 |
| 4.5.3. | Pengujian Hipotesis | 77 |
| 4.6. | Pembahasan..... | 81 |
| 4.6.1. | Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan | 81 |
| 4.6.2. | Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kepuasan Pelanggan | 82 |
| 4.6.3. | Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 83 |
| 4.6.4. | Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan | 84 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN..... | 87 |
| 5.1. | Kesimpulan | 87 |
| 5.2. | Saran | 88 |
| DAFTAR | PUSTAKA | 90 |
| LAMPIRAN | | 95 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 Hasil Persentase Prasurvey | 11 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional | 46 |
| Tabel 3.2 Kriteria Autokorelasi..... | 58 |
| Tabel 4.1 Umur Responden..... | 63 |
| Tabel 4.2 Umur Responden..... | 64 |
| Tabel 4.3 Pekerjaan Responden | 64 |
| Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Service Quality</i> (X1)..... | 65 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Orientasi Pasar (X2) | 66 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Promosi Penjualan (X3) | 67 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Produk (X4) | 68 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) | 69 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas..... | 70 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas | 71 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas | 72 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas | 73 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi | 74 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas | 75 |
| Tabel 4.15 Analisa Regresi Linier Berganda..... | 76 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik t..... | 77 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji F..... | 80 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 81 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis | 42 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 96 |
| Lampiran 2 Identitas Reponden | 97 |
| Lampiran 3 Hasil Jawaban Kuesioner..... | 107 |
| Lampiran 4 Hasil Pengolahan Spss Frekuensi Jawaban Responden | 115 |
| Lampiran 5 Hasil Pengolahan Spss Uji Validitas | 120 |
| Lampiran 6 Hasil Pengolahan Spss Uji Reliabilitas | 123 |
| Lampiran 7 Hasil Pengolahan Spss Uji Asumsi Klasik | 124 |
| Lampiran 8 Hasil Pengolahan Spss Analisis Regresi Linier Berganda | 126 |
| Lampiran 9 Hasil Pengolahan Spss Uji Hipotesis | 127 |
| Lampiran 10 Surat Penelitian..... | 128 |