

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
CV. ADELIA**



SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis

Diajukan Oleh :

Anis Sumiati

NIM. 1901110172

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

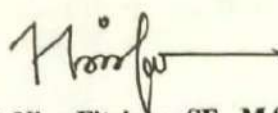
2023


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Anis Sumiati
Nomor Pokok/NIRM : 1901110172
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Adelia

Pembimbing Skripsi

Tanggal 17-10-23 Pembimbing I : 
Hj. Nina Fitriana, SE., M.Si
NIDN : 0012116501

Tanggal 17-10-23 Pembimbing II : 
Alinadia, SE., MM
NIDN : 0207125901

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Tanggal 17-10-23

Ketua Prodi Manajemen
Tanggal 17-10-23



Dr. Msv. Mikial, SE., M.Si., Ak.CA, CSRS
NIDN : 0205026401

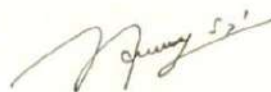
Marivam Zanariah, SE., M.M
NIDN : 0222096301


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anis Sumiati
Nomor Pokok/NIRM : 1901110172
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Adelia
Penguji Skripsi


Tanggal 17-10-23 Ketua Penguji : 
: Hj. Nina Fitriana, SE., M.Si
NIDN : 0012116501

Tanggal 17-10-23 Penguji I : 
: Alinadia, SE., MM
NIDN : 0201018001

Tanggal 17-10-23 Penguji II : 
: Ulil Amri, SE., M.Si
NIDN : 0229016201

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis : Ketua Prodi Manajemen
Tanggal 17-10-23 : Tanggal 17-10-23




Dr. Msy Mikial, SE., M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN. 0205026401




Mariyam Zanariah, SE., MM.
NIDN.0222096301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Jangan pernah malu dengan apa yang kamu kerjakan walaupun gagal, cobalah belajar dari kegagalan dan mulai lagi”

Kupersembahkan kepada :

- *Orang tua tersayang*
- *Suami ku tersayang dan anakku
tercinta*
- *Keluarga besarku*
- *Sahabat-sahabatku*
- *Dosen pembimbingku*
- *Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami persembahkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-NYA semata sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul " Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Adelia ". Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.

Peneliti menyadari penyusunan proposal ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof.Ir.H. Edizal AE, MS selaku Rektor Universitas Tridianti
2. Ibu Misy Mikial, SE.M.Si.Ak.CA. CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti
3. Dr. M.Ima Andriyani,SE.,M.Si selaku wakil dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
4. Ibu Mariyam Zanariah,SE,M.M, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti
5. Ibu Hj. Nina Fitriana, SE,. MM selaku dosen pembimbing I telah memberi bimbingan selama masa penelitian.
6. Ibu Alinadia, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi bimbingan selama masa penelitian.

7. Kedua orang tua ku tercinta, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta termotivasi sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Seluruh staf dan karyawan CV. Adelia yang telah membantu dalam penelitian ini.
9. Teman-teman ku, terimakasih atas dukungan, semangat, pengalaman selama kuliah. Semoga tali silaturahmi kita terus terjalin dan semoga kita menjadi orang yang sukses.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga juga kemampuan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti memohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, September 2023

Peneliti

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anis Sumiati
Nomor Pokok/NIRM : 1901110172
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, September 2023



Anis Sumiati

ABSTRAK

Anis Sumiati, Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Adelia (Dibawah bimbingan Ibu Hj. Nina Fitriana, SE., MM dan Ibu Alinadia, SE.,MM)

Tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Adelia Jenis penelitian ini yaitu metode sampel jenuh, teknik sampling ini menjadikan semua populasi untuk dijadikan sampel, karena jumlah sampel terbatas yaitu sebanyak 54 responden dari seluruh total pelanggan CV. Adelia Palembang.. Analisis regresi linier berganda pada tabel *Coefficients* diperoleh persamaan $Y = 5.490 + 0,356 X_1 + 0,335 X_2 + 0,138 X_3$ yang berarti setiap penambahan satu satuan harga akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,356 berarti setiap penambahan satu satuan promosi akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,335 dan setiap penambahan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,138. Secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} (56.565) > F_{tabel} (3,23)$ dengan nilai tingkat sig t $(0,000) < \alpha (0,05)$ yang mengindikasikan harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial nilai signifikansi harga nilai sig t $0,003 < \alpha 0,05$, promosi nilai sig t $0,013 < \alpha 0,05$ dan signifikansi kualitas pelayanan dengan nilai sig t $0,035 < \alpha 0,05$ yang mengindikasikan bahwa harga, promosi dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Anis Sumiati, The Influence of Price, Promotion and Service Quality on Customer Satisfaction at CV. Adelia (Under the guidance of Mrs. Hj. Nina Fitriana, SE., MM and Mrs. Alinadia, SE., MM)

The aim of this researcher is to determine the influence of price, promotion and service quality simultaneously and partially on customer satisfaction at CV. Adelia. This type of research is a saturated sample method, this sampling technique uses the entire population to be sampled, because the sample size is limited, namely 54 respondents from all CV customers. Adelia Palembang.. Multiple linear regression analysis in the Coefficients table obtained the equation $Y = 5,490 + 0.356 X_1 + 0.335 X_2 + 0.138$ amounting to 0.335 and each additional unit of service quality will increase the customer satisfaction value by 0.138. Simultaneously, the value $F_{count} (56,565) > F_{table} (3.23)$ was obtained with a sig t level value $(0.000) < \alpha (0.05)$ which indicates that price, promotion and service quality simultaneously influence customer satisfaction. Partially, the significance value of price has a sig t value of $0.003 < \alpha 0.05$, promotion has a sig t value of $0.013 < \alpha 0.05$ and the significance of service quality has a sig t value of $0.035 < \alpha 0.05$ which indicates that price, promotion and service quality are partially influence on customer satisfaction.

Keywords: Price, Promotion and Service Quality and Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	9
2.1.1 Pengertian Pemasara	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Harga	14
2.1.3.1 Pengertian Harga	14
2.1.3.2 Strategi Penyesuaian Harga.....	14
2.1.3.3 Dimensi Harga.....	15
2.1.3.4 Indikator Harga.....	15
2.1.4 Promosi.....	17
2.1.4.1 Pengertian Promosi.....	17
2.1.4.2 Fungsi Promosi.....	17
2.1.4.3 Tujuan Promosi	18
2.1.4.4 Dimensi Promosi	19
2.1.4.5 Indikator Promosi	20
2.1.5 Kualitas Pelayanan	21

2.1.5.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	21
2.1.5.2	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.5.3	Indikator Kualitas Pelayanan	23
2.1.6	Kepuasan Pelanggan	26
2.1.6.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	26
2.1.6.2	Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	27
2.1.6.3	Dimensi Kepuasan Pelanggan	27
2.1.6.4	Indikator Kepuasan Pelanggan	28
2.2	Penelitian Lain Yang Relevan	28
2.3	Kerangka Berfikir	31
2.4	Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Tempat Dan Waktu Penelitian	34
3.2	Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.2.1	Sumber Data.....	34
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	35
3.3	Populasi dan Sample dan Sampling	36
3.3.1	Populasi	36
3.3.2	Sample.....	36
3.4	Rancangan Penelitian.....	38
3.5	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	38
3.5.1	Variabel Penelitian.....	38
3.5.2	Defenisi Operasional.....	39
3.6	Instrument Penelitian.....	40
3.6.1	Uji Validitas.....	41
3.6.2	Uji Reliabilitas	42
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.1	Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.7.2	Uji Normalitas Data	43
3.8	Teknik Analisa Data	44
3.8.1	Analisis Regresi Linear Berganda	44

3.8.2	Analisis Koefisien Korelasi (r).....	45
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	46
3.9	Uji Hipotesis	47
3.9.1	Uji F (Uji Simultan).....	47
3.9.2	Uji T (Parsial).....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum.....	50
4.1.1	Sejarah Siagkat CV. Adelia	50
4.1.2	Visi dan Misi	51
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan	51
4.1.4	Uraian Tugas dan Tanggung Jawab	52
4.2	Pembahasan dan interpretasi	54
4.2.1	Deskripsi Profil Responden	54
4.2.2	Jumlah Responden Berdasarkan Umur.....	53
4.2.3	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.3	Hasil Uji Instrumen Penelitian	56
4.3.1	Uji Validitas	56
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	59
4.4	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60
4.4.1	Analisi Linier Berganda.....	63
4.4.2	Koefisien Korelasi	64
4.4.3	Koefisien Determinasi	63
4.5	Uji Hipotesis Penelitian.....	66
4.5.1	Uji Simultan (Uji F).....	66
4.5.2	Uji Parsial (Uji t)	66
4.6	Pembahasan	
4.6.1	Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Adelia	67
4.6.2	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Adelia	68
4.6.3	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Adelia.....	69
4.6.4	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Adelia.....	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan71
5.2 Saran-saran72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.2 Data Konsumen yang Menggunakan CV. Adelia Tahun 2020-2022	5
2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	29
3.1 Kegiatan Penelitian	34
3.2 Definisi Operasional	39
3.3 Skala Likert	41
3.4 Interval koefisien	46
4.1 Hasil Uji Validitas Harga (X1).....	56
4.2 Hasil Uji Validitas Promosi (X2).....	57
4.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3).....	58
4.4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	58
4.5 Hasil Uji Reliabilitas	59
4.6 Hasil Uji Normalitas	61
4.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	62
4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	63
4.9 Hasil Uji Koefesien Korelasi.....	65
4.10 Hasil Uji Koefesien Determinasi	66
4.11 Hasil Uji F	66
4.12 Hasil Uji t.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Berpikir.....	38
4.1 Struktur Organisasi	52
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	53
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

RIWAYAT HIDUP

Anis Sumiati dilahirkan di Gunung Batu pada tanggal 27 Januari 1995, merupakan anak ke tiga dari tujuh bersaudara, dari pasangan Bapak Ismail dan ibu Komariah. Sekolah dasar diselesaikan tahun 2006 di SD Negeri 02 Cempaka, sekolah menengah pertama di selesaikan tahun 2009 di SMP Negeri 2 Cempaka. Dan selanjutnya menyelesaikan sekolah Arinda Palembang pada tahun 2012 di Palembang. Pada tahun 2019, ia memasuki fakultas ekonomi program studi manajemen universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, September 2023

Anis Sumiati

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang sangat ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar global perusahaan harus berusaha kerja mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelangganya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka para pelaku usaha dan pemerintah perlu menyusun strategi masing-masing yang saling mendukung satu sama lain (Hidayat dkk, 2021). Menurut Putri (2017) tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan prduk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang pertama adalah harga. Suatu hal yang lazim bahwa seorang konsumen menginginkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau, dan inilah mengapa faktor harga menjadi sangat penting. Pada hakekatnya harga ditentukan oleh biaya produk, namun

dalam penetapan harga perusahaan juga mempertimbangkan nilai, manfaat, kualitas produk, dan juga harga yang kompetitif yang mampu bersaing. Harga menjadi sebuah pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk yang ingin digunakan. Dengan begitu perusahaan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen yang akan menggunakan produknya.

Menurut Tjiptono (2017), harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk. Harga yang ditawarkan masih tergolong mahal bagi sebagian besar konsumen sehingga membuat konsumen berpikir lagi jika untuk membeli produk tersebut (Edi 2018).

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan.

Menurut Swastha & Irawan (2011), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada Tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada calon konsumen atau calon pembeli yang memuat pemberitaan,

membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai produk atau jasa yang dihasilkan untuk konsumen

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Namun apabila pelanggan mendapati bahwa pelayanan yang diterima itu tidak sesuai atau berada dibawah harapan pelanggan, maka pelayanan dapat dianggap tidak berkualitas dan mengecewakan. Kualitas pelayanan perusahaan-perusahaan itu dimaksudkan sebagai usaha untuk memenuhi harapan konsumen, sedangkan harapan konsumen tidak selamanya sama.

Menurut Tjiptono (2014) kualitas jasa atau pelayanan merupakan pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Seiring dengan berjalannya waktu, harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan akan berbeda dan terus akan berkembang. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Wahab 2017).

CV. Adelia merupakan salah satu usaha penyewaan alat pesta di Kota Palembang Produk yang dipasarkan oleh CV. Adelia Palembang guna untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Salah satu contoh adalah produk tenda dan dekorasi pernikahan guna untuk memenuhi segala kebutuhan pelanggan. Dengan berkembangnya jaman produk penyewaan alat pesta dirasa sangat penting untuk saat

ini. Kegunaan menggunakan produk penyewaan alat pesta sendiri sangat efektif dan efisien untuk kehidupan sehari-hari. Bisnis penyewaan alat pesta tidak ada matinya, hal ini yang mungkin membuat bisnis ini tetap bertahan dan menjadi pilihan bisnis bagi para pelaku usaha yang berskala besar maupun kecil.

Berdasarkan observasi awal di CV. Adelia di dalam pengembangan usahanya hingga saat ini, CV. Adelia mengalami kesulitan untuk dapat bersaing dengan para kompetitornya ke pasar yang lebih luas. Kesulitan yang dialami CV. Adelia ini dikarenakan semakin banyaknya pelaku usaha jasa sewa alat pesta dan tenda yang bermunculan di wilayah Kota Palembang. Untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat sekaligus menarik minat konsumen, CV. Adelia menggunakan strategi harga dan promosi dalam kegiatan pemasaran produk dan jasanya. Adelia menghasilkan produk utama berupa tenda dekorasi untuk berbagai macam kebutuhan acara seperti pernikahan, khitanan, dan kelahiran seorang anak. Jenis tenda yang disewakan pun beragam, seperti tenda plafon standar, tenda semi dekorasi, tenda dekorasi, dan tenda dekorasi vip.

CV. Adelia juga menyediakan perlengkapan alat pesta seperti kursi, meja bundar, prasmanan, kipas blower, diesel, panggung pelaminan, dan panggung hiburan. Dalam menetapkan harga, para pesaing memiliki kesamaan harga dalam menyewakan perlengkapan alat pesta dan tenda, kesamaan harga tersebut diambil dari kesepakatan bersama antara pelaku usaha jasa sewa alat pesta dan tenda. CV. Adelia tidak hanya melayani konsumen dari wilayah Palembang saja melainkan juga melayani konsumen untuk wilayah Luar Kota Palembang dan sekitarnya.

Kegiatan promosi yang dilakukan CV. Adelia untuk memasarkan produk dan jasa hanya terbatas menjalin kerjasama dengan para wedding organizer dan promosi melalui metode mulut ke mulut. Saat melayani para konsumen, CV. Adelia selalu memberikan pelayanan yang ramah, sopan, dan penuh perhatian dalam menanggapi permintaan konsumennya. Proses pengerjaan pemasangan tendanya juga cepat, rapih dan sesuai dengan permintaan. Pemasangannya pun dikerjakan oleh karyawan yang sudah professional dibidang tenda sehingga konsumen tidak merasa kecewa. Namum dalam tiga tahun terakhir yaitu tahun 2020, tahun 2021, dan tahun 2022 menunjukkan jumlah konsumen yang menyewa jasa alat pesta dan tenda CV. Adelia mengalami fluktuasi atau perubahan jumlah pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa CV. Adelia masih mengalami masalah dengan strategi bauran pemasaran (marketing mix). Berikut adalah jumlah data konsumen CV. Adelia selama empat tahun.

Tabel 1.2
Data Konsumen yang Menggunakan CV. Adelia Tahun 2020-2022

Bulan	Jumlah Event		
	2020	2021	2022
Januari	6	7	7
Februari	5	9	6
Maret	4	6	7
April	8	5	7
Mei	6	5	5
Juni	4	3	4
Juli	5	7	6
Agustus	11	8	7
September	9	8	7
Oktober	12	8	8
November	7	5	8
Desember	7	3	6
Total	84	74	78

Sumber: CV. Adelia, 2023

Menurunnya jumlah penyewa alat-alat pesta dan tenda pada CV. Adelia, hal ini secara tidak langsung membuktikan bahwa kurangnya minat para konsumen untuk menyewa alat-alat pesta dan tenda pada CV. Adelia, dari hal tersebut menandakan adanya permasalahan didalam Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan yang mana belum dikatakan berhasil meskipun telah menerapkan Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan yang terarah tetapi belum menunjukkan hasil yang optimal yang dijalankan oleh Waluyo Grup di 28 Purwosari Metro Utara Kota Metro.

Berdasarkan penelitian terdahulu Syerlina dkk (2022) menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan sedangkan promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa laundry 99 di Makassar, Sedangkan penelitian Sowe dkk (2022) yang menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, bahwa kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan penelitian Rizky (2020) hasil perhitungan secara langsung dan parsial terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen dan parsial terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap loyalitas konsumen Dan secara tidak langsung dan parsial terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen melalui loyalitas konsumen Go-jek.

.Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Adelia “**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti mencoba untuk merumuskan masalah dalam bentuk pernyataan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Adelia?
2. Apakah ada pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Adelia?
3. Apakah ada pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Adelia?
4. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Adelia?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk:

1. Mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Adelia.
2. Mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Adelia
3. Mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Adelia
4. Mengetahui Pengaruh pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Adelia

1.4 Manfaat Penelitian

Selain tujuan, penelitian skripsi ini juga memiliki manfaat penelitian, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai wadah untuk mempraktekkan teori-teori selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi khususnya di bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan harga, promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

2. Bagi perusahaan

Penelitian diharapkan mampu memberikan informasi di Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang dalam menghasilkan harga, promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

3. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan bagi penelitian lainnya untuk melanjutkan penelitian ini kedalam dimensi yang lebih luas, seperti variable lain selain variable yang telah diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia dan Asmara.(2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*.Jurnal Manajemen dan Keuangan.Volume 6 (1): 660-669
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 3(1)
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Ombak : Yogyakarta.
- Edi Cahyono, 2018. *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*. JBMA- Vol V, No 1, ISSN 2252-5483.
- Hidayat, M., Latief, F., Widiawati, A., Asbara, N. W., & Zaeni, N. (2021). *Factors Supporting Business and its Distrubution to Business Resilience In New Volume 3 Nomor E-ISSN: 2723-4983 NmaR Nobel Management Review Normal Era*. Journal of Distribution Science, 19(11), 5-15
- Indrasari, (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran* . Denpasar: Fakultas Universitas Udayana.
- Fandy Tjiptono, ph.D (2017), *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian*, Edisi Pertama,CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Hardiansyah. 2018. *Kualitas Pelayanan Publik Yogyakarta* : Gava Media
- Irawan, H. (2021).*Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Majid, Abdulloh. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi : Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Gary Armstrong, 2017. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12.Jilid 1. *Terjemahan Bob Sebran*. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2019. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid I. Erlangga. Jakarta
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Riduwan, 2015 *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono 2019. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit: CV. Andi Offset, Yogyakarta
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Siregar, Syofian 2013. *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri :
- Wahab, W. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru*. Jurnal Kajian Ekonomi Islam 02(10)