

**PENGARUH HARGA, TAMPILAN PRODUK DAN KUPON  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
CABANG PIZZA HUT SUDIRMAN  
PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi**



**Diajukan Oleh :**

**Wulan Suciana**

**Npm. 2001110026**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**2024**


**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama** : WULAN SUCIANA  
**Nomor Pokok** : 2001110026  
**Jurusan/Prog. Studi** : Manajemen  
**Jenjang Pendidikan** : Strata I  
**Mata Kuliah Pokok** : Manajemen Pemasaran  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Harga, Tampilan Produk Dan Kupon Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cabang Pizza Hut Sudirman Palembang

**Pembimbing Skripsi** :   
**Tanggal** 28/13/2024 **Pembimbing I** : Syaiful Sahri, S.E., M.Si  
NIDN. 0220085901

**Tanggal** 01/04/2024 **Pembimbing II** :  Dr. Yuni Adinda Putri, S.E., M.Si  
NIDN. 0207069401

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,**

**Ka. Prodi Manajemen,**

  
**Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS**

**NIDN: 0205026401**

  
**Mariyam Zanariah, SE, M.M**

**NIDN: 0222096301**


110/PS/DFEB/24


**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**Nama** : WULAN SUCIANA  
**Nomor Pokok** : 2001110026  
**Jurusan/Prog. Studi** : Manajemen  
**Jenjang Pendidikan** : Strata I  
**Mata Kuliah Pokok** : Manajemen Pemasaran  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Harga, Tampilan Produk Dan Kupon Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cabang Pizza Hut Sudirman Palembang

**Pembimbing Skripsi** :   
**Tanggal** 28/3/2024 **Ketua Penguji** : Syaiful Sahri, S.E., M.Si  
NIDN. 0220085901

**Tanggal** 01/04/2024 **Penguji I** :   
Dr. Yuni Adinda Putri, S.E., M.Si  
NIDN. 0207069401

**Tanggal** 28/3/2024 **Penguji II** :   
Dr. M. Ima Andriyani, SE, M.Si  
NIDN.0201018001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ka. Prodi Manajemen,

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

  
Mariyam Zanariah, SE, M.M  
NIDN: 0222096301

110/PS/DFEB/24

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

**"Setiap hari adalah halaman baru, apapun yang kamu lakukan,  
Lakukanlah dengan sebaik-baiknya"**

**“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan ,  
maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan,  
tetaplah berkeja keras untuk urusan yang lain”**

**- QS Al-Insyirah 6-7-**

**Skripsi ini kupersembahkan:**

- **Allah SWT yg telah memberikan kemudahan dan kelancaran selama proses penyusunan skripsi**
- **Kedua orang tua ku tersayang yang selalu mencurahkan doa-doa selama ini**
- **Kakaku tercinta dan almarhum adikku yang sangat aku sayangi**
- **Almater Program Studi Manajemen Angkatan 2020**

## **KATA PENGANTAR**

Dengan rasa syukur dan penghormatan, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, memungkinkan Peneliti menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Pengaruh Harga, Tampilan Produk, dan Kupon terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cabang Pizza Hut Sudirman Palembang". Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi Manajemen di Universitas Tridianti.

Selama proses penyusunan Skripsi ini, Peneliti menghadapi beberapa tantangan dan rintangan yang menghambat. Peneliti juga menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini. Namun, Peneliti bertekad untuk terus berupaya memperbaiki kekurangan tersebut dan berharap dapat mencapai hasil yang optimal di masa mendatang.

Pada kesempatan ini Peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam Penelitian skripsi ini :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., MS. Selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.,M.Si.,Ak.,CA,CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridianti.
4. Bapak Syaiful Sahri, S.E.,M.Si Selaku Pembimbing I.
5. Ibu Dr.Yuni Adinda Putri, S.E.,M.Si Selaku Pembimbing II.
6. Seluruh dosen dan civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Pizza Hut Sudirman yang telah memberikan akses terbuka untuk melakukan penelitian.
8. Kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberi semangat Peneliti selama proses yang dilalui.
9. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat.
10. Teman-teman Program Studi Manajemen angkatan 2020 yang selalu bersama pada saat-saat berjuang dalam proses perkuliahan.

Kepada semua pihak yang telah membantu Peneliti, dengan segala kerendahan hati, Peneliti banyak menyampaikan terima kasih. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal bagi kebaikan yang diberikan.

Besar harapan Peneliti agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan skripsi ini juga terbuka atas masukan berupa kritik dan saran dari semua pihak untuk menjadi sempurna.

Palembang, April 2024

Peneliti,

Wulan Suciana

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wulan Suciana

NIM : 2001110026

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen/S1

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Tampilan Produk Dan Kupon Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cabang Pizza Hut Sudirman Palembang”** dibuat dengan sungguh-sungguh dan tidak melakukan penjiplakan/plagiat terhadap karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya siap untuk menanggung segala konsekuensinya.

Palembang, 30 Maret 2024



DF7AKX82153139  
Wulan Suciana

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xivv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II</b> .....	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 <i>Planned Behavior Theory</i> .....	10
2.1.2 Harga .....	11
2.1.3 Tampilan Produk .....	14
2.1.4 Kupon.....	17
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	20
2.2 Penelitian Lain Yang Relevan .....	22
2.3 Kerangka Berfikir.....	25
2.4 Hipotesis.....	26
<b>BAB III</b> .....	<b>27</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
3.1.1 Tempat Penelitian.....	27
3.1.2 Waktu Penelitian .....	27
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan data.....	28
3.2.1 Sumber Data .....	28
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.3.1 Populasi .....	29
3.3.2 Sampel.....	29
3.3.3 Teknik Sampling .....	30
3.4 Rancangan Penelitian .....	31
3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	31
3.6 Instrumen Penelitian.....	34
3.6.1 Uji Validitas .....	35



3.6.2	Uji Reliabilitas.....	35
3.7	Teknik Analisis Data .....	36
3.7.1	Uji Asumsi Klasik .....	36
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.7.3	Uji Hipotesis.....	39
3.7.4	Analisis Koefisien Korelasi (r).....	40
3.7.5	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	41
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	43
4.1.1	Gambaran Umum Pizza Hut .....	43
4.1.2	Visi dan Misi Pizza Hut .....	44
4.1.3	Struktur Organisasi Pizza Hut .....	45
4.1.4	Gambaran Umum Responden Penelitian .....	47
4.1.5	Hasil Uji Validitas .....	47
4.1.6	Hasil Uji Reliabilitas .....	50
4.1.7	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	50
4.1.8	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
4.1.7	Hasil Uji Hipotesis .....	54
4.1.8	Hasil Analisis Koefisien Korelasi (r) .....	55
4.1.9	Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	56
4.2	Pembahasan .....	56
4.2.1	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	56
4.2.2	Pengaruh Tampilan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	57
4.2.3	Pengaruh Kupon Terhadap Kepuasan Konsumen.....	58
4.2.4	Pengaruh Harga, Tampilan Produk, dan Kupon Terhadap Kepuasan Konsumen.....	59
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Omset Pizza Hut Sudirman .....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan .....	23
Tabel 3. 1 Kegiatan Penelitian .....	27
Tabel 3. 2 Populasi Penelitian .....	29
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3. 4 Pemberian Bobot Skala Ordinal.....	34
Tabel 3. 6 Intrepretasi Koefisien Korelasi .....	41
Tabel 4. 1 Penyebaran Kuesioner.....	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	48
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Tampilan Produk (X2) .....	48
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kupon (X3) .....	49
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4. 8 Hasil Ui Normalitas .....	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Simultan.....	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial .....	55
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Koefisien Korelasi .....	55
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	25
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	63
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	69
Lampiran 3 Output SPSS .....	79

## ABSTRAK

**Wulan Suciana, Pengaruh Harga, Tampilan Produk Dan Kupon Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cabang Pizza Hut Sudirman Palembang. (Dibawah bimbingan Bapak Syaiful Sahri, S.E.,M.Si dan Ibu Yuni Adinda Putri, S.E.,M.Si).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Apakah harga, tampilan produk, kupon berpengaruh baik secara simultan maupun secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada cabang Pizza Hut Sudirman Palembang. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin* sehingga diperoleh sampel sebanyak 94 responden konsumen cabang Pizza Hut Sudirman Palembang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Tampilan Produk, dan Kupon berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cabang Pizza Hut Sudirman Palembang. Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cabang Pizza Hut Sudirman Palembang. Tampilan Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cabang Pizza Hut Sudirman Palembang. Kupon tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cabang Pizza Hut Sudirman Palembang. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Harga, Tampilan Produk, dan Kupon dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 51,9% sedangkan 48,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci :** Harga, Tampilan Produk, Kupon, dan Kepuasan Konsumen

## **ABSTRACT**

***Wulan Suciana, The Influence of Price, Display Product and Coupons on Consumer Satisfaction at the Pizza Hut Sudirman Palembang Branch. (Under the guidance of Mr. Syaiful Sahri, S.E., M.Si and Mrs. Yuni Adinda Putri, S.E., M.Si).***

*This research aims to find out whether price, product appearance, coupons have an effect either simultaneously or partially on consumer satisfaction at the Pizza Hut Sudirman Palembang branch. The sample in this study used the Slovin formula to obtain a sample of 94 consumer respondents from the Pizza Hut Sudirman Palembang branch. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis.*

*The research results show that price, display product and coupons influence consumer satisfaction at the Pizza Hut Sudirman Palembang branch. Price influences consumer satisfaction at the Pizza Hut Sudirman Palembang branch. Display product influences consumer satisfaction at the Pizza Hut Sudirman Palembang branch. Coupons have no effect on Consumer Satisfaction at the Pizza Hut Sudirman Palembang Branch. The results of the coefficient of determination show that the variables Price, Product Appearance, and Coupon can influence Consumer Satisfaction by 51.9%, while the other 48.1% is influenced by other factors not studied.*

***Keywords:*** Price, Product Display, Coupons, and Consumer Satisfaction

## **RIWAYAT HIDUP**

Wulan Suciana, dilahirkan di Palembang pada tanggal 16 November 2001 dari ayah Edy Tamrin dan Ibu Rusmini merupakan anak ke 2 dari 3 bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2013 di Sekolah Dasar Negeri 150 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2016 di SMP N Karya Ibu Palembang dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2019 di SMAN 22 Palembang Pada tahun 2020 ia memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti.

Palembang, Maret 2024

Wulan Suciana

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era globalisasi saat ini, minat konsumen cenderung tertuju pada makanan dan minuman yang sedang *trend* di sosial media. Mereka bahkan bersedia menghabiskan waktu berjam-jam untuk mencoba hidangan terkini atau sekadar berbagi pengalaman melalui media sosial. Fenomena ini semakin diperkuat oleh kerjasama antara industri *Food & Beverage* dengan *Public Figure* atau merek yang tengah populer. Trend makanan populer menjadi sering digandrungi oleh generasi muda. Ini semua merupakan dampak dari pertukaran budaya yang merupakan ciri nyata dari globalisasi (Wardani dkk, 2022:459). Beberapa makanan dan minuman yang sedang *trend* di Indonesia belakangan ini diantaranya berbagai korean *street food*, minuman *bubble tea*, dan berbagai jenis lainnya yang tak jarang diadaptasi dari makanan luar.

Hal tersebut menyebabkan pengusaha dihadapkan pada tuntutan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, terutama karena meningkatnya jumlah bisnis yang menyebabkan persaingan semakin ketat (Iswanto, 2023:59). Untuk menghadapi persaingan ini dan kondisi pasar yang kompetitif, pengusaha perlu mengembangkan strategi alternatif agar usahanya tetap dapat berkembang dan bertahan. Salah satu langkah kunci yang harus diambil oleh perusahaan adalah memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Faktor ini menjadi krusial dalam mencapai keberhasilan usaha. Oleh karena itu, pengusaha perlu memberikan perhatian khusus terhadap kualitas kinerja mereka, dengan



mengidentifikasi pada aspek tertentu. Dengan demikian, hal tersebut diharapkan dapat menciptakan daya tarik bagi konsumen, membangun kepuasan, dan mempertahankan loyalitas konsumen (Maimunah, 2019:58).

Pentingnya menganalisa kebutuhan konsumen adalah kunci untuk memperoleh kepuasan konsumen (Hanim, 2022:18). Hal ini tidak hanya membantu dalam memenangkan persaingan di pasar, tetapi juga membentuk hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dengan memahami dan merespons kebutuhan konsumen, perusahaan dapat membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka dalam pasar yang kompetitif.

Pizza hut adalah restoran cepat saji internasional yang didirikan pada tahun 1958 di amerika serikat saat ini Pizza Hut telah menjadi waralaba international yang memiliki cabang di banyak negara dan di seluruh dunia termasuk indonesia. Pizza Hut menyediakan berbagai produk terutama pizza dengan variasi ukuran yaitu *Small, Medium* hingga *Large*. Selain itu, Pizza Hut juga menyediakan layanan pengiriman *online* dan layanan pemesanan melalui nomor telepon.

Pizza Hut memiliki beberapa cabang di kota Palembang, salah satunya terletak di JL. Jend. Sudirman. Dalam kegiatan operasionalnya, konsumen menjadi tombak utama pada peningkatan ataupun penurunan omset penjualan. Akan tetapi, ditemukan penurunan omset pada bulan Agustus sampai Oktober 2023 di Pizza Hut Cabang Sudirman dengan data sebagai berikut :

**Tabel 1. 1**  
**Omset Pizza Hut Cabang Sudirman**  
**Agustus-Oktober 2023**

No	Bulan	Total Omset
1	Agustus 2023	Rp. 725.232.456
2	September 2023	Rp. 701.789.313
3	Oktober 2023	Rp. 635.892.332

Sumber : Laporan Penjualan Bulanan Pizza Hut Sudirman (2023)

Data pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa omset Pizza Hut Sudirman selama 3 bulan yang dihitung dari bulan Agustus hingga Oktober 2023 mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal tersebut ditunjukkan dengan pada semulanya omset di Bulan Agustus sebesar Rp. 725.232.456, menurun di bulan September menjadi sebesar Rp. 701.789.313 dan pada Oktober 2023 kembali menurun dengan cukup drastis menjadi Rp. 635.892.332. Penurunan tersebut terjadi diduga disebabkan oleh penurunan kepuasan konsumen yang dapat disebabkan beberapa faktor.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga. Gitosudarmo (2019:131) menjelaskan bahwa harga merujuk pada jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh suatu produk, baik berupa barang maupun jasa. Harga tidak hanya terkait dengan transaksi pembelian secara langsung saja, melainkan juga mencakup proses jual beli secara *online* di *platform marketplace* maupun melalui media sosial.

Harga memegang peranan krusial dalam pertimbangan konsumen saat membeli suatu produk atau jasa (Saragih dkk, 2023). Ketika konsumen merasa bahwa harga yang diajukan sesuai dengan nilai yang diberikan, kemungkinan besar mereka akan merasa puas dan memilih untuk melakukan pembelian ulang pada produk atau jasa yang sama. Penentuan harga memiliki dampak signifikan terhadap

tingkat kepuasan konsumen. Harga yang terjangkau dapat meningkatkan kepuasan konsumen, sementara penetapan harga yang tidak sesuai dapat mengurangi kepuasan mereka. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari & Marlius (2023) yang menyatakan bahwa harga secara parsial positif dan signifikan kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Tambunan dkk (2023) menyebutkan bahwa secara parsial Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan .

Tampilan produk juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tampilan produk dapat diartikan sebagai sejauh mana variasi produk ditampilkan, memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam menemukan produk yang diinginkan (Iswati & Lestari, 2021). Sebuah tampilan produk yang mampu menarik perhatian dianggap lebih efektif, yang dapat diartikan sebagai penggunaan komposisi warna yang jelas dan kontras yang baik, dengan tetap memperhatikan aspek keindahan tanpa hanya fokus pada aspek menarik perhatian semata (Pratomo, 2012). Fungsi tampilan produk tidak hanya untuk memanjakan mata konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk menyediakan informasi dan memasarkan produk. Selain itu, tampilan produk juga memiliki kemampuan untuk membimbing konsumen dalam memilih di antara berbagai produk sejenis. Penelitian yang dilakukan oleh Murti (2018) menunjukkan bahwa desain (tampilan) produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen yang menandakan bahwa semakin baik desain produk, maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Sedangkan Manabung dkk (2023) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin baik desain dari suatu produk maka tidak akan mempengaruhi

kepuasan konsumen namun tetap dapat berkontribusi terhadap kelancaran suatu usaha.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kupon. Menurut Kotler & Armstrong (2016:45) kupon merujuk pada *voucher* atau tiket yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen sebagai imbalan untuk pengurangan harga atau insentif lain saat melakukan pembelian. Umumnya, kupon ini digunakan pada saat transaksi pembelian. Kupon memberikan diskon dalam bentuk jumlah uang atau persentase untuk menarik pembeli yang lebih suka berhemat agar melakukan pembelian. Pemanfaatan kupon dapat meningkatkan penjualan secara langsung, menggaet pelanggan baru, dan mendorong pelanggan yang sudah ada untuk berbelanja lebih sering. Dengan kupon, promosi produk atau mencapai segmen pelanggan tertentu menjadi lebih efektif karena fleksibilitas alat pemasaran ini adalah mengambil keuntungan dari kesepakatan harga yang jauh lebih baik yaitu dengan mendapatkan produk atau pelayanan dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar. Maka strategi tersebut membuat konsumen sangat loyal kepada toko tersebut karena memberikan promosi dan diskon yang membuat harga menjadi lebih murah (Kurniawati & Ariani ,2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Adriansyah (2020) yang menyatakan bahwa promosi penjualan menggunakan *voucher* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Jordi (2016) menyatakan bahwa diskon harga (*voucher*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *shopeefood*, artinya bahwa semakin sering potongan harga oleh suatu toko atau perusahaan belum tentu konsumen melakukan suatu pembelian

dikarenakan banyaknya kompetitor sejenis yang menawarkan *voucher* dengan harga lebih terjangkau konsumen.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan Pizza Hut harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas sehingga pelanggan akan merasa dihargai sehingga mereka senang. Selain itu, Perusahaan juga harus mempertimbangkan harga yang kompetitif dan tampilan produk yang baik untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan kepuasan konsumen. Suatu perusahaan harus merencanakan, menerapkan dan menganalisis kegiatan organisasi serta mengarahkan atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti berkeinginan untuk meneliti bagaimanakah pengaruh harga, tampilan produk dan kupon terhadap kepuasan konsumen pada cabang pizza hut palembang. Kemudian, judul penelitian ini adalah **“Pengaruh harga, tampilan produk dan kupon terhadap kepuasan konsumen pada cabang pizza hut sudirman palembang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah adalah formulasi atau penyajian masalah yang akan diteliti dalam suatu penelitian atau studi. Rumusan masalah merupakan bagian penting dari suatu penelitian karena membantu menentukan arah penelitian tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cabang pizza hut sudirman Palembang?
2. Apakah tampilan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cabang pizza hut sudirman Palembang?
3. Apakah kupon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cabang pizza hut sudirman Palembang?
4. Apakah harga, tampilan produk, kupon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada cabang pizza hut sudirman Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada cabang pizza hut sudirman Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh tampilan produk terhadap kepuasan konsumen pada cabang pizza hut sudirman Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kupon terhadap kepuasan konsumen pada cabang pizza hut sudirman Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, tampilan produk dan kupon terhadap kepuasan konsumen pada cabang pizza hut sudirman Palembang.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, bukan hanya bermanfaat bagi Peneliti melainkan juga bermanfaat bagi pembaca. Berikut beberapa manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian ini:

### 1. Manfaat Teoritis

#### a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambahkan wawasan baru dan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan pemasaran, tentang harga, tampilan produk dan kupon terhadap kepuasan konsumen.

#### b. Bagi ilmu manajemen

Penelitian dapat membantu mengembangkan dan memperkaya cakrawala pandangan dalam bidang manajemen, khususnya dalam mengembangkan teori dan memperdalam pemahaman tentang variabel-variabel yang mempengaruhi manajemen.

#### c. Bagi ilmu pemasaran

Penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk terus menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan perubahan dalam lingkungan bisnis dan perilaku konsumen.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap dengan penelitian ini perusahaan dapat mengetahui gambaran keseharian karyawan tim manajemen outlet. Agar dapat mengetahui seluk beluk manajemen perusahaan, mulai dari perkembangan, perubahan, dan permasalahan yang meneyelimuti tim manajemen.

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar studi perbandingan dan dipergunakan sebagai refensi pada penelitian-penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan datang.

c. Bagi Pelanggan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pelanggan dapat mengetahui bahwa Pizza Hut masih mengedepankan kualitas, baik produk maupun pelayanan yang dilakukan demi kepuasan pelanggan. Seperti kenikmatan variasi menu baru yang bervariasi



## DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, D., & Saputri, M. E. (2020). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung*. Journal Of Entrepreneurship, Management And Industry (JEMI), 3(3), 123-128.
- Ajzen, I. (2020). *The Theory Of Planned Behavior: Frequently Asked Questions*. Human Behavior And Emerging Technologies, 2(4), 314-324.
- Anggoro, D. A., & Baskoro, D. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Garuda (Global Research On Tourism Development And Advancement), 4(1), 25-53.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM SPSS). Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2019). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. Bpfeyogyakarta.
- Halizah, S. N., Retnowati, E., Darmawan, D., Khayru, R. K., & Issalillah, F. (2022). *Determinants Of Customer Trust: A Study On Safety, Ease-Of-Use, And Perceived Usefulness Of Herbal Products Of Kuku Bima Ener-G*. Journal Of Trends Economics And Accounting Research, 2(4), 86-92.
- Hanim, N. L. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Irfan, I. G., & Juanim, H. (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Hisana Fried Chicken (Survey Pada Konsumen Hisana Cabang Sarirasa Bandung)* (Doctoral Dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung).

- Iswanto, B. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Dibedar Resto Dan Kafe Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. *Cross-Border Journal Of Business Management*, 3(2), 58-70.
- Iswati, H., & Lestari, N. I. (2021). *Pengaruh Display, Promosi Penjualan Dan Kualitas Produk Pada Toko Online Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 14-30.
- Iskandar, D. A. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pt Persib Bandung Bermartabat Dalam Mendapatkan Sponsorship 2022/2023* (Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Jayanti, N. A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). *Pengaruh Potongan Harga, Voucher Kupon Dan Garansi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Toko Quds Textille Kota Malang)*. *Jiagabi (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 9(2), 322-329.
- Khairina, A., & Sari, T. N. (2023). *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pelanggan Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama*. *Jurnal Widya*, 4(2), 379-390.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles Of Marketing Eight European Edition*. UK : Pearson
- Kurniawati, A., & Ariyani, N. (2022). *Strategi Promosi Penjualan Pada Marketplace Shopee*. *Propaganda*, 2(1), 65-79.
- Lestari, N. K. D., & Ekowati, S. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat*. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 137-145.
- Maimunah, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen*. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 1(2).

- Manabung, K. J., Muafa, I. W., & Awotkay, A. S. (2023). *Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Serba Alumunium*. *Musamus Journal Of Business & Management*, 5(2), 98-109.
- Murti, G. A. (2018). *Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Di Rasa Lokal Denpasar, Bali*.
- Ningrum, P. N. (2023). *Pengaruh Tampilan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Instagram Marketing Sebagai Variabel Moderasi Pada UMKM Sambal Dibumbuin* (Doctoral Dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Nursahid, I. D. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Madu Di PT Kembang Joyo Sriwijaya Malang* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Nursiana, E., Prasetya, A., GS, A. D., Mahjudin, M., & Zuhro, D. (2023). *Mengukur Citra Carrefour Bg Junction Di Kota Surabaya*. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 153-166.
- Putri, Y. A., & Madjir, S. (2022). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Xi Axiata Tbk Di Kota Palembang*. *Jurnal Bisnis Terapan*, 6(1), 23-32.
- Rangkuti, F. (2018). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur Strat. Meningk. Kep. Plg*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ridho, M., Murdiyanto, E., & Rahmawati, Z. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Vandee Sport Kediri*. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(7), 110-120.
- Saragih, R. P., & Prabowo, M. (2023). *Pengaruh Penggunaan Media Instagram, Brand Image, Dan Review Produk Terhadap Minat Beli Skin Care (Survey Pada Akun Instagram @Somethincofficial)*. *Ikraith-Konomika*, 6(2), 388-398.

Sari, R. F., & Marlius, D. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada D'sruput Lapai Padang*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(1), 1801-1812.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tambunan, F., Purba, M. L. B., & Tambunan, E. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Bus CV. F(JEHSS)*, 6(2), 870-876.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran : Prinsip Dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wardani, K., & Nurfaizah, I. (2022). *Tren Makanan Sebagai Dampak Globalisasi Terhadap Pertukaran Budaya*. Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan, 3, 445-448.

Wijayanti. (2012). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Olay White Radiance Protective Cream Di Kota Jember*. Jurnal Universitas Jember. Jember.

Yunita, I. (2019). *Pengaruh Mutu Pelayanan Dan Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Pat Sepakat* (Doctoral Dissertation, IAIN Curup).