

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

**WAHANA *HOUSE OF TRAP*
MALL KELAPA GADING**

Oleh:

Nama : Imry Filanzhizhou Porayouw

NIM : 20179081

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

OKTOBER 2021

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

WAHANA *HOUSE OF TRAP*

MALL KELAPA GADING

Diajukan Oleh:

Nama : Imry Filanzhizhou Porayouw

Nim : 20179081

Jakarta, 11 November 2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos, M.Si)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2021

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WAHANA *HOUSE OF TRAP* MALL KELAPA GADING

Diajukan Oleh:

Nama : Imry Filanzhizhou Porayouw

Nim : 20179081

Jakarta, 11 November 2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos, M.Si)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2021

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Imry Filanzhizhou Porayouw / 20179081 / 2021 / Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Wahana House of Trap Mall Kelapa Gading / Dosen Pembimbing : Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos, M.Si.

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa semakin banyaknya *Escape Room* membuat persaingan antar *provider* sangat ketat. Banyak cara yang dilakukan perusahaan untuk memberikan rasa puas kepada pelanggan diantaranya dengan meningkatkan beberapa aspek baik seperti Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen wahana House of Trap Mall Kelapa Gading.

Kepuasan Konsumen menurut Kotler and Keller (2012) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Hipotesis Penelitian ini adalah (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, (2) Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, (3) Promosi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengunjung *House Of Trap Mall Kelapa Gading*. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, total sampel terdapat sebanyak 100 sampel. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif, data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi. Alat statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS Versi 25.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) nilai signifikansi uji t variabel Kualitas Pelayanan sebesar $0,0045 < 0,05$ dan nilai B sebesar 0,161 maka dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (2) nilai signifikansi uji t variabel Harga sebesar $0,0060 < 0,05$ dan nilai B sebesar 0,295 maka dapat dinyatakan bahwa Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (3) nilai signifikansi uji t variabel Promosi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai B sebesar 0,408 maka dapat dinyatakan bahwa Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kesimpulan penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Kepuasan Konsumen



Proses Bisnis (Informatika Kwik Kian Gie)



ABSTRACT

Imry Filanzhizhou Porayouw/ 20179081/2021/The Influence of Service Quality, Price, and Promotion To Customer Satisfaction at Wahana House of Trap in Mall Kelapa Gading. Advisors: Sylvia Sari Rosalina, Dr., S.Sos., M.Si.

The background of this research is that the increasing number of Escape Room makes competition between providers very tight. There are many ways that companies do to provide customer satisfaction, including improving several aspects such as Service Quality, Price, and Promotion. This study aims to clarify and determine the influence of service quality, price, promotion on customer satisfaction at wahana House of Trap in Mall Kelapa Gading.

According to Kotler and Keller (2012) Customer Satisfaction is the level of one's feelings after comparing perceived performance compared to expectations. The hypotheses of this study are (1) Service Quality has a positive effect on Customer Satisfaction, (2) Price has a positive effect on Customer Satisfaction, (3) Promotion has a positive effect on Customer Satisfaction.

The population in this research was all customers of House Of Trap in Mall Kelapa Gading. Samples are obtained through purposive sampling method, the samples were 100 customers. The type of this research is quantitative in nature. Data used in this study is primary data obtained using questionnaire. Data were analysis techniques using validity test, reliability test, descriptives statistical analysis, classical assumption test, multiple linear regression, F-test, t-test, and coefficient determination of R square. Statistical tools used in this research SPSS Version 25.

This results showed that (1) The significance level t test of Service Quality is 0,0045 < 0,05 and B value is 0,161 it can be stated that Service Quality are proven to have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. (2) The significance level t test of Price is 0,0060 < 0,05 and B value is 0,295 it can be stated that Price are proven to have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. (3) The significance level t test of Promotion is 0,000 < 0,05 and B value is 0,408 it can be stated that Promotion are proven to have a positive and significant effect on Customer Satisfaction.

The conclusion of this study is that Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Price has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, and Promotion has a positive and significant effect on Customer Satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Promotion, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Peneliti mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah diberikan kesehatan, hikmat, kemampuan serta berkatNya kepada peneliti sebagaimana hingga saat ini penulis sanggup menyelesaikan skripsi/penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.

Adapun penelitian ini yang diberi judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Wahana *House of Trap* Mall Kelapa Gading”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan dan guna untuk meraih gelar Sarjana Manajemen di Kwik Kian Gie School Of Business. Peneliti sangat menyadari betul bahwa penulisan skripsi ini terselesaikan bukan karna kehebatan peneliti, melainkan berkat dukungan, bimbingan, arahan maupun nasihat yang telah diberikan kepada peneliti oleh beberapa pihak, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, pikiran serta tenaga untuk membimbing dan juga memberikan arahan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
2. Bapak dan Ibu Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu baik secara teori maupun secara praktik.
3. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan, motivasi, perhatian serta doa bagi peneliti sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan lancar.
4. Sahabat penulis - Diana Yanti yang telah memberikan dukungan, motivasi serta semangat kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun secara tidak langsung sudah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.





Dalam penelitian ini, penulis sangat menyadari betul bahwa penelitian/skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Namun peneliti berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pihak yang membacanya.

Jakarta, 23 September 2021

Peneliti

Imry Filanzhizhou Porayouw

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI	
PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Batasan Masalah.....	12
D. Batasan Penelitian	12
E. Rumusan Masalah	13
F. Tujuan Penelitian	13
G. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
A. Landasan Teori.....	15
1. <i>Integrated Marketing Communication</i>	15
2. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	16
3. Pengertian Kualitas Pelayanan	22
4. Pengertian Harga	27





5. Pengertian Promosi.....	30
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Objek Penelitian	39
B. Desain Penelitian.....	39
C. Variable Penelitian	40
1. Variabel Independen (Variabel Tidak Terikat)	40
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)	42
D. Teknik Pengumpulan Data.....	45
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	45
F. Teknik Analisis Data.....	46
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	47
2. Uji Kualitas Data	47
3. Uji Asumsi Klasik	48
4. Uji Regresi Linear Berganda.....	50
5. Uji Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian	54
1. Data Penyebaran Kuisisioner Penelitian	54
2. Karakteristik Respon	55
B. Hasil Penelitian	57
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	57
2. Uji Kualitas Data	61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Uji Asumsi Klasik	65
4. Uji Regresi Linear Berganda	67
5. Uji Hipotesis	69
C. Pembahasan	71
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	71
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	72
3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79
KARTU BIMBINGAN	

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Wahana <i>Escape Room</i> di Jakarta	3
Tabel 1.2 Data Pengunjung House Of Trap Mall Kelapa Gading Berdasarkan Usia	4
Tabel 1.3 Data Pengunjung House Of Trap Mall Kelapa Gading Tahun 2017.....	4
Tabel 1.4 Harga Tiket <i>Escape Room</i> di Jakarta	9
Tabel 1.5 Jumlah Pengunjung House Of Trap Mall Kelapa Gading.....	10
Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator Variabel Penelitian	43
Tabel 3.2 Skala Likert (Likert Scale)	45
Tabel 4.1 Data Penyebaran Kuisisioner	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.5 Persentase Responden	57
Tabel 4.6 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)	61
Tabel 4.7 Uji Validitas Harga (X2)	62
Tabel 4.8 Uji Validitas Promosi (X3).....	62
Tabel 4.9 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	63
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)	64
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Harga (X2)	64
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Promosi (X3).....	64
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y).....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas One Sample K-S Test.....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolonieritas.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	67
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	68





Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Signifikansi Simultan (Uji F).....	69
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisiensi Regresi Secara Parsial (Uji t).....	70
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	71

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1 Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman ke DKI Jakarta Juni 2016 – Juni 2018 (Ribuan kunjungan)	1
Gambar	1.2 Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman ke DKI Jakarta Bulan Mei dan Juni Dalam Empat Tahun Terakhir	2
Gambar	1.3 Pengunjung <i>House Of Trap</i> Mall Kelapa Gading Tahun 2017	5
Gambar	1.4 Promosi <i>House Of Trap</i> Mal Kelapa Gading	7
Gambar	2.1 Kerangka pemikiran.....	37
Gambar	4.1 Hasil Uji Normal P P-Plot	64
Gambar	4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>Scatterplot</i>).....	66

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Pengunjung <i>House of Trap</i> Mall Kelapa Gading	78
Lampiran 2	Data Kuisisioner Kualitas Pelayanan (X1)	81
Lampiran 3	Data Kuisisioner Harga (X2)	83
Lampiran 4	Data Kuisisioner Promosi (X3)	86
Lampiran 5	Data Kuisisioner Kepuasan Konsumen (Y).....	89
Lampiran 6	Data Karakteristik Responden	92
Lampiran 7	Hasil Uji Kualitas Data Pelayanan (X1)	95
Lampiran 8	Hasil Uji Harga (X2).....	96
Lampiran 9	Hasil Uji Promosi (X3)	97
Lampiran 10	Hasil Kepuasan Konsumen (Y).....	98
Lampiran 11	Hasil Uji Asumsi Klasik	99
Lampiran 12	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	101
Lampiran 13	Hasil Uji Hipotesis	102
Lampiran 14	Data Fasilitas Ruang & Jenis Permainan <i>Escape Room</i> di Jakarta	103





© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.