

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN PELAYANAN

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KLINIK MATA

KMU GRESIK



Diajukan Oleh :
SILVIA SETIA NINGRUM
NIM: 2021020026

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

GRESIK

2025

SKRIPSI
PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KLINIK MATA
KMU GRESIK

Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen (S.M) Pada Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik



Diajukan oleh :

SILVIA SETIA NINGRUM
NIM: 2021020026

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK
2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA KLINIK MATA KMU GRESIK**

SKRIPSI

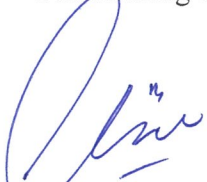
Diajukan Oleh :

SILVIA SETIA NINGRUM
NIM:2021020026

Skripsi telah disetujui untuk diujikan
pada tanggal : 11 Juli 2025

Oleh :

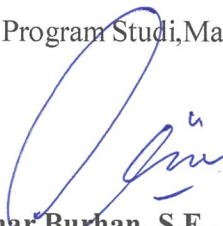
Pembimbing I


Umar Burhan, S.E., M.M
NIDN: 0718058006

Pembimbing II


Mochamad Syafii, S.E., M.M
NIDN: 0729018305

Ketua Program Studi, Manajemen


Umar Burhan, S.E., M.M
NIDN:0718058006

Lembar Pengesahan

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Klinik Mata KMU Gresik
Nama Mahasiswa : Silvia Setia Ningrum
NIM : 2021020026
Telah dipertahankan/diuji dihadapan dihadapan Tim Penguji
Pada Tanggal : 03 Juli 2025

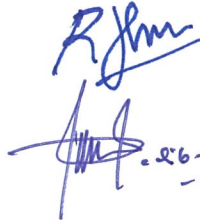
PROGRAM STUDI

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK TAHUN 2024/2025

TIM PENGUJI :

1. **Rachmad Ilham, S. Ant., M. PSDM.HC**
NIDN: 0723079203
Ketua Penguji

1.



2. **Adiba Fuad Syamlan, S.E., M.M**
NIDN: 0724058702
Anggota Penguji I

2.



3. **Umar Burhan, S.E., M.M**
NIDN: 0718058006
Anggota Penguji II

3.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



Rachmad Ilham, S. Ant., M. PSDM.HC
NIDN:0723079203

Pernyataan Orisinilitas

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Silvia Setia Ningrum
NIM : 2021020026
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KLINIK
MATA KMU GRESIK

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Gresik, 18 juli 2025

Yang menyatakan



Silvia Setia Ningrum
Nim:2021020026

Pengaruh Promosi, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Mata KMU Gresik

Silvia Setia Ningrum

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Klinik Mata KMU Gresik, serta membandingkannya dengan penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada pasien Klinik Mata KMU Gresik. Analisis data dilakukan dengan teknik statistik menggunakan software SPSS untuk menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, harga, dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Di antara ketiganya, pelayanan terbukti memberikan pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa Klinik Mata KMU perlu meningkatkan strategi promosi yang menarik, menetapkan harga yang kompetitif, serta terus memperkuat kualitas pelayanan. Upaya ini akan berkontribusi pada peningkatan loyalitas pasien dan daya saing klinik di masa depan

Kata Kunci : Promosi, Harga, Pelayanan, Kepuasan Konsumen

***The Influence Of Promotion, Price, And Service On Purchase Satisfaction At Kmu
Clinic Gresik***

Silvia Setia Ningrum

Management Sudy Program, Faculty of Economics, Gresik University

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of promotion, price, and service on the satisfaction of purchasing services at Klinik Mata KMU Gresik, as well as to compare it with previous research. This study uses a quantitative approach with a survey method, where data were obtained through questionnaires distributed to patients of KMU Gresik Clinic. Data analysis was conducted using statistical techniques with SPSS software to test the effect of each variable both partially and simultaneously on purchase satisfaction. The results show that promotion, price, and service have a positive and significant effect on purchase satisfaction, both partially and simultaneously. Among the three, service has the most dominant influence on customer satisfaction. The implications of these findings suggest that KMU Eye Clinic needs to improve its promotional strategies, set competitive pricing, and continuously enhance service quality. These efforts will contribute to increasing patient loyalty and the clinic's competitiveness in the future.

Keywords : Promotion, Price, Service, Purchase Satisfaction

Kata Pengantar

Segala puji bagi Allah SWT atau berkat rahmat, taufiq, dan hidayahnya, sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Mata KMU Gresik”. Skripsi ini disusun guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. dr. Riski Dwi Prameswari, M.Kes, selaku Rektor Universitas Gresik.
2. Bapak Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM.HC. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Bapak Umar Burhan, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen dan dosen Penguji I yang telah memberikan kesempatan, bimbingan dan motivasi kepada kami untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
4. Bapak Mochamad Syafii, SE., MM., selaku dosen pembimbing II, yang dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, dan masukan yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan staf karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik yang telah memberikan ilmu dan kontribusi dalam penyelesaian studi peneliti, serta dukungan dalam administrasi akademik.

6. Teman-teman seangkatan Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak kenangan indah selama perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu serta seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan, baik moril maupun materil, tanpa henti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang peneliti miliki. Besar harapan peneliti, skripsi ini semoga dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak-pihak yang terkait, khususnya di lingkungan Ekonomi Universitas Gresik serta para pembaca pada umumnya.

Gresik, 7 Januari 2025

Silvia Setia Ningrum

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	I
LEMBAR PENGESAHAN	II
SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	III
ABSTRAK	IV
ABSTRACT	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR GAMBAT	XI
DAFTAR TABEL.....	XII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Teoriti	6
1.5.2 Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Promosi	12
2.1.3 Harga	20
2.1.4 Pelayanan	25
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	31
2.2 Hubungan Antara Variable	34
2.2.1 Promosi (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y1).....	34
2.2.2 Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y1)	37
2.2.3 Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y1)	38

2.2.4 Promosi (X1), Harga (X2) dan Pelayanan(X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y1).....	39
2.3 Penelitian Terdahulu.....	40
2.4 Kerangka Konseptual.....	44
2.5 Hipotesis.....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	47
3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	47
3.2 Definisi Operasional Variabel	47
3.2.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)	47
3.2.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)	52
3.3 Indikator Penelitian	53
3.4 Populasi sampel dan teknik pengambilan sampel.....	54
3.4.1 Populasi	54
3.4.2 Sample.....	54
3.4.3 Teknik Pengambilan Sample	55
3.5 Metode Pengumpulan Data	55
3.5.1 Jenis Data	56
3.5.2 Sumber Data	58
3.6 Metode Analisis Data.....	61
3.6.1 Uji Deskriptif	61
3.6.2 Uji Instrumen	62
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	63
3.6.4 Regresi Linear Berganda.....	66
3.6.5 Uji Hipotesis.....	67
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi.....	69
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	70
4.1 Gambaran Umum.....	70
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	70
4.2 Waktu Penelitian	71
4.3 Hasil Penelitian	71
4.3.1 Statistik Deskriptif Responden.....	71
4.3.2 Interval	72
4.3.3 Uji Validitas.....	73
4.3.4 Uji Realibilitas	75
4.3.5 Uji Asumsi Klasik	76

4.3.6	Analisis Regresi Linier Berganda	84
4.3.7	Uji Hipotesis.....	86
4.3.8	Uji Koefisien Determinasi.....	89
4.4	Pembahasan dan Hasil Penelitian	90
4.4.1	Pengaruh Promosi (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y1)	90
4.4.2	Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y1)	91
4.4.3	Pengaruh Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y1)	91
4.4.4	Pengaruh Promosi (X1), Harga (X2) dan Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y1)	92
BAB V PENUTUP		93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Implikasi.....	94
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	94
5.2.2	Implikasi Praktis.....	95
5.3	Keterbatasan Penulis	96
5.4	Saran.....	96
DAFTAR PUSAKA		98

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Model Segitiga Pelayanan.....	25
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....	42
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	77

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Sumber Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Indikator Variabel Penelitian	52
Tabel 3.2 Skala Harga Dan Kualitas Pelayanan.....	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Rentang Usia	72
Tabel 4.3 Dasar Interpretasi Skor Rata-Rata	73
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	73
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	74
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan	74
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	75
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas	76
Tabel 4.9 Hasil Uji Kolmogorof-Smirnov.....	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	79
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas	80
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4.13 Uji Linearitas Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	82
Tabel 4.14 Uji Linearitas Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	83
Tabel 4.15 Uji Linearitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	84
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
Tabel 4.17 Uji Hipotesis (Uji T).....	87
Tabel 4.18 Uji Hipotesis (Uji F).....	89
Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Determinasi	90

Daftar Lampiran

Lampiran 1	: Kuisisioner Penelitian	102
Lampiran 2	: Tabulasi Data Responden	105
Lampiran 3	: Hasil Uji Responden.....	109
Lampiran 4	: Tabel r.....	118
Lampiran 5	: Tabel DW.....	119
Lampiran 6	: Tabel t	120
Lampiran 7	: Tabel F	121
Lampiran 8	: Berita Acara Bimbingan	122
Lampiran 9	: Kartu Bimbingan	123
Lampiran 10	: Surat Pernyataan Persetujuan Publikasi Skripsi	124
Lampiran 11	: Surat Keterangan Uji Similaritas.....	125