

**Analisa Strategi Aspek Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan  
Konsumen CV Alfa Sarana Persada Kebumen  
SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan  
Yogyakarta



Disusun Oleh :  
MAHIRDA TAREKH DWI ANANDA  
NIM : 1901311004

**PRODI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN YOGYAKARTA  
2024**

**Analisa Strategi Aspek Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan  
Konsumen CV Alfa Sarana Persada Kebumen**

Diajukan Oleh:  
**MAHIRDA TAREKH DWI ANANDA**  
NIM: 1901311004



Telah disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Rizal Solihudin", is written over a horizontal line.

Ahmad Rizal Solihudin, S.M.B.,M.B.A.  
NIPM. 19900310 201601 111 1220409

Tanggal, 10 ,Juli 2024

**Analisa Strategi Aspek Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan  
Konsumen CV Alfa Sarana Persada Kebumen**

Diajukan Oleh:  
**MAHIRDA TAREKH DWI ANANDA**  
NIM: 1901311004

Skripsi ini telah Dipertahankan Dan Disahkan di Depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta  
Tanggal: 10, Juli 2024  
Yang terdiri dari



Muhammad Ali Fikri, S.E., M.Sc.  
NIPM. 19850225 201606 111 1236179  
Ketua



Desta Rizky Kusuma, S.E., M.Sc.  
NIPM. 19861213 200909 111 1066464  
Penguji I



Ahmad Rizal Solihudin, S.M.B., M.B.A.  
NIPM. 19900310 201601 111 1220409  
Penguji II



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan

  
Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR.  
NIPM. 19700620 199601 011 0784345

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan **Analisa Strategi Aspek Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen CV Alfa Sarana Persada Kebumen** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut diatas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, 10 Juli 2024  
Yang Menyatakan



Mahirda Tarekh Dwi Ananda  
NIM.1901311004

Saksi 1, Ketua Tim Penguji

A blue ink signature of Muhammad Ali Fikri.

Muhammad Ali Fikri, S.E., M.Sc.  
NIPM. 19850225 201606 111 1236179

Saksi 2, Anggota Tim Penguji

A blue ink signature of Desta Rizky Kusuma.

Desta Rizky Kusuma, S.E., M.Sc.  
NIPM. 19861213 200909 111 1066464

Saksi 3, Anggota Tim Penguji

A blue ink signature of Ahmad Rizal Solihudin.

Ahmad Rizal Solihudin, S.M.B., M.B.A.  
NIPM. 19900310 201601 111 1220409

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mahirda Tarekh Dwi Ananda  
NIM : 1901311004  
*E-mail* : mahirda66@gmail.com  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Tugas akhir : Analisa Strategi Aspek Produk, Harga Dan Promosi  
Terhadap Kepuasan Konsumen CV Alfa Sarana Persada  
Kebumen

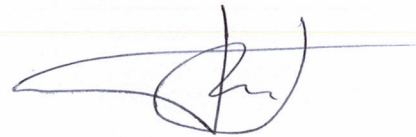
Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Hasil karya saya ini murni merupakan gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali narasumber penelitian dengan arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya saya ini tidak terdapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan penyebutan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 10, Juli 2024

Yang menyatakan



Mahirda Tarekh Dwi Ananda  
NIM:1901311004

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mahirda Tarekh Dwi Ananda  
NIM : 1901311004  
*E-mail* : mahirdatda@gmail.com  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Tugas akhir : Analisa Strategi Aspek Produk, Harga Dan Promosi  
Terhadap Kepuasan Konsumen CV Alfa Sarana Persada  
Kebumen

Dengan ini saya menyerahkan hak sepenuhnya kepada pusat sumber belajar universitas ahmad dahlan untuk menyimpan, mengatur akses, serta melakukan penngolahan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugasakhir elektronik sebagai berikut (beri tanda kotak):

☒ Saya mengizinkan karya tersebut digunakan kedalam Aplikasi Repository Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan.  
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 10 Juli 2024



Mahirda Tarekh Dwi Ananda  
NIM:1901311004

Mengetahui  
Pembimbing



Ahmad Rizal Solihudin, S.M.B., M.B.A.  
NIPM. 19900310 201601 111 1220409

## **MOTTO**

“Berpikirlah positif, tidak peduli seberapa keras kehidupanmu”

(Ali bin Abi Thalib)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Karya ini penulis persembahkan untuk seluruh keluarga besar tercinta khususnya*

*Bapak (Alm) dan Ibu yang selalu berdoa dan mendukung setiap langkahku.*

*Untuk teman, sahabat dan saudara semuanya*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu`alaikum Wr. Wb*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Penulisan Skripsi dengan judul “Analisa Strategi Aspek Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen CV Alfa Sarana Persada Kebumen”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Tidak lupa Sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW, semoga kita tergolong dalam barisannya.

Pada kesempatan yang baik ini, penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak atas bantuan, doa, dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat

1. Bapak Prof. Dr. Muchlas, M.T. Rektor Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar dilembaga ini.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan izin penelitian.
3. Ibu Tina Sulistiyani, SE., M.M., Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengarahan dan dorongan kepada penulis untuk menyusun skripsi.

4. Bapak Ahmad Rizal Solihudin, S.M.B., M.B.A. Dosen pembimbing yang telah ikhlas dan penuh kesabaran memberikan bimbingan, dorongan, dan pengarahan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Pimpinan dan segenap karyawan serta konsumen CV Alfa Sarana Persada Kebumen yang telah bersedia dan meluangkan waktunya untuk peneliti mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga besar, yang telah mendukung dan mendoakan saya selama ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga seluruh amal baik yang diberikan kepada penulis diberikan balasan yang melimpah dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

*Wassalamu`alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 10 Juli 2024  
Penulis



Mahirda Tarekh Dwi Ananda  
1901311004

## DAFTAR ISI

|                                    |      |
|------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL.....                 | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....           | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....            | iii  |
| PERNYATAAN.....                    | iv   |
| PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....     | v    |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES ..... | vi   |
| MOTTO .....                        | vii  |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....          | viii |
| KATA PENGANTAR .....               | ix   |
| DAFTAR ISI.....                    | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                 | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....                | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....               | xv   |
| ABSTRAK.....                       | xvi  |
| BAB I PENDAHULUAN                  |      |
| A. Latar Belakang Masalah.....     | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....           | 4    |
| C. Batasan Masalah.....            | 5    |
| D. Tujuan Penelitian.....          | 5    |
| E. Manfaat Penelitian.....         | 6    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA            |      |
| A. LandasanTeori.....              | 7    |
| 1. Pemasaran.....                  | 7    |
| 2. Aspek Produk .....              | 9    |
| 3. Aspek Harga .....               | 11   |

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| 4. Promosi.....                                         | 12 |
| 5. Kepuasan Pelanggan.....                              | 14 |
| B. Penelitian Terdahulu .....                           | 17 |
| C. Hipotesis.....                                       | 18 |
| D. Kerangka Pemikiran.....                              | 21 |
| BAB III METODE PENELITIAN                               |    |
| A. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel ..... | 22 |
| B. Objek Penelitian .....                               | 22 |
| C. Jenis dan Sumber Data .....                          | 23 |
| D. Definisi Operasional Variabel.....                   | 23 |
| E. Analisis Data Penelitian .....                       | 25 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN                             |    |
| A. Gambaram Objek Penelitian .....                      | 28 |
| B. Deskripsi Responden.....                             | 29 |
| C. Statistik Deskriptif.....                            | 30 |
| D. Uji Instrumen.....                                   | 31 |
| E. Analisis Regresi Berganda .....                      | 33 |
| F. Pembahasan.....                                      | 37 |
| BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI                          |    |
| A. Kesimpulan.....                                      | 41 |
| B. Keterbatasan Penelitian .....                        | 41 |
| C. Saran.....                                           | 42 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                    | 43 |
| LAMPIRAN .....                                          | 46 |

## DAFTAR TABEL

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.1. Deskripsi Responden .....                 | 29 |
| Tabel 4.2. Deskriptif Statistik .....                | 30 |
| Tabel 4.3. Uji Validitas Variabel Produk (X1) .....  | 31 |
| Tabel 4.4. Uji Validitas Variabel Harga (X2).....    | 32 |
| Tabel 4.5. Uji Validitas Variabel Promosi (X3) ..... | 32 |
| Tabel 4.6. Uji Validitas Variabel Kepuasan (Y).....  | 32 |
| Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas.....               | 33 |
| Tabel 4.8. Hasil Uji Regresi Berganda.....           | 33 |
| Tabel 4.9. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....     | 35 |
| Tabel 4.10. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F).....   | 36 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 21 |
|------------------------------------|----|

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Kuesioner .....           | 46 |
| Lampiran 2. Hasil Analisis Data ..... | 48 |
| Lampiran 3. Nilai r tabel .....       | 58 |

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis (H1 Pengaruh strategi aspek produk terhadap kepuasan konsumen, H2 Pengaruh strategi aspek harga terhadap kepuasan konsumen, H3 Pengaruh strategi aspek promosi terhadap kepuasan konsumen, H4 Pengaruh strategi aspek produk, harga dan promosi secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen). Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan, penelitian ini menggunakan 40 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Bergada, dari data analisis tersebut, diketahui bahwa Hipotesis 1 diterima artinya Strategi aspek produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, Hipotesis 2 diterima yang artinya Strategi aspek harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, Hipotesis 3 diterima yang artinya Strategi aspek promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, Hipotesis 4 diterima yang artinya strategi aspek produk, harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi bagi upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara lebih meningkatkan strategi produk, harga dan promosi.

Kata kunci : produk, harga dan promosi, kepuasan pelanggan