



**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN
PEMBELIAN (STUDI PADA PRODUK CIMORY *DIARY MILK*)**

RANU SATI RAY 1810111195

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

**RANU SATI RAY ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN
1810111195 (STUDI PADA PRODUK CIMORY DIARY MILK)**

Ranu Sati Ray, 2022

Analisis Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Cimory Diary Milk)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ranu Sati Ray

NIM. : 1810111195

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 24 Juni 2022

Yang menyatakan,



Ranu Sati Ray

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ranu Sati Ray
NIM : 1810111195
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non
Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Analisis Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Cimory Dairy Milk)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan,
mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan
mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai
penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 23 Juni 2022

Yang Menyatakan,



METERAI
TEMPEL
10000
J. 682AJX979035419

Ranu Sati Ray

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PRODUK CIMORY DIARY MILK)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Ranu Sati Ray 1810111195

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 1 Juli 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



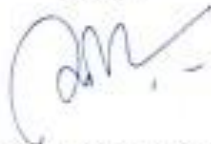
Dra. Bernadin Dwi, MM
Ketua Penguji



Jenji Gunaedi Argo, SE, MM
Penguji I



Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E., M.Si
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Ariefiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan



Siti Hidayati, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 12 Juli 2022

CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS THROUGH PURCHASE DECISIONS (STUDY ON CIMORY DAIRY MILK)

By Ranu Sati Ray

ABSTRACT

This study aims to analyze customer satisfaction through a purchase decision on Cimory Dairy Milk products. This research is a quantitative research with primary data type. The population in this study were Cimory Dairy Milk consumers, the number of respondents in this study was determined by the Lemeshow formula as many as 100 people according to the criteria determined by purposive sampling technique, namely male or female Cimory consumers aged over 15 years. Data was collected by questionnaire through google form. The analytical technique used in this research is descriptive analysis and inferential analysis using PLS 3.2.9 smart software. The results of this study prove that digital marketing has a significant positive effect on purchasing decisions, product quality also has a significant positive effect on purchasing decisions, purchasing decision variables also have a significant positive effect on customer satisfaction. This study also shows that product quality has a significant positive indirect effect on customer satisfaction through purchasing decisions. So it can be concluded that the purchase decision of Cimory Dairy Milk has an effect on customer satisfaction.

Keywords: *Digital Marketing, Product Quality, Purchase Decision, Customer Satisfaction*

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA CIMORY *DIARY MILK*)

Oleh Ranu Sati Ray

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kepuasan pelanggan melalui keputusan suatu pembelian pada produk Cimory *Diary Milk*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Cimory *Diary Milk*, jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *Lemeshow* sebanyak 100 orang sesuai kriteria yang sudah ditentukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu konsumen Cimory pria atau wanita dengan usia diatas 15 tahun. Data dikumpulkan dengan kuesioner melalui *google form*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif dan analisa inferensial menggunakan *software smart PLS 3.2.9*. Hasil dari penelitian ini membuktikan digital *marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk juga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel keputusan pembelian juga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan secara tak langsung terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian Cimory *Diary Milk* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Digital *Marketing*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2021/2022**

Hari ini Jumat , tanggal 01 Juli 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Ranu Sati Ray

No.Pokok Mahasiswa : 1810111195

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :
Analisis Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Cimory Diary Milk)
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Bernadin Dwi, MM	Ketua	1.
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 01 Juli 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

Ranu Sati Ray, 2022

Analisis Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Cimory Diary Milk)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

PRAKATA

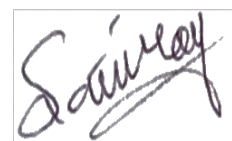
Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Analisis Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Cimory *Diary Milk*)”**. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Dalam penyelesaian skripsi ini peneliti banyak mendapat bantuan secara moril maupun materil sehingga pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak memberi bantuan kepada penulis. Terima Kasih peneliti sampaikan kepada:

Dr. Dianwicakasih Ariefiara, S.E, Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan dari FEB UPN Veteran Jakarta. Dr. Desmintari, S.E., M.M selaku Kajur Manajemen FEB UPN Veteran Jakarta. Siti Hidayati, SE, MM selaku Kaprodi Manajemen S1. Dr. Alfatih S. Manggabarani SE, MSi selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan kepada penulis di dalam skripsi ini. Muhammad Iqbal, SM selaku teman yang selalu senantiasa membantu peneliti dalam kesulitan yang dihadapi ketika membuat skripsi ini. Keluarga: Drs. Sudartono, Rini Wulandari, SH, Puteri Maharani Ray, SH, dan Galuh Randy Ray, S. Ak yang menjadi salah satu motivasi peneliti dalam menyelesaikan pendidikan di S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta. Teman-teman grup skripsick: Marco Napitupulu, Maulana Aziz M, Bimo Figo A, Ibnu Sukma, Nur Khofivah, dan Hikmah Annisa yang selalu berbagi suka dan duka dalam penyelesaian skripsi.

Akhir kata peneliti mengucapkan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat ketidak sempurnaan dalam penulisan proposal skripsi ini. Peneliti berharap agar proposal penelitian memiliki manfaat bagi berabagai pihak.

Depok, 30 Maret 2022



Ranu Sati Ray

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
II.1 Landasan Teori	8
II.1.1 Pemasaran.....	8
II.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	9
II.1.3 Keputusan Pembelian	12
II.1.4 <i>Digital Marketing</i>	17
II.1.5 Kualitas Produk	21
II.2 Penelitian Terdahulu	24
II.3 Model Penelitian	27
II.3.1 Hubungan <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
II.3.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
II.3.3 Hubungan Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan.....	29
II.3.4 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian.....	30
II.4 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31

III.1.1	Definisi Operasional	31
III.1.2	Pengukuran Variabel	31
III.2	Populasi dan Sampel	33
III.2.1	Populasi	33
III.2.2	Sampel	34
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	35
III.3.1	Jenis Data.....	35
III.3.2	Sumber Data	35
III.3.3	Pengumpulan Data.....	35
III.4	Teknik Analisis Data	37
III.4.1	Analisis Deskriptif.....	37
III.4.2	Analisis Inferensial	38
III.4.3	Uji Validitas.....	42
III.4.4	Uji Reliabilitas.....	42
III.4.5	Uji R Square (R^2).....	42
III.4.6	Uji Q Square	43
III.4.7	Uji Hipotesis	43
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian	45
IV.2	Analisis Deskriptif	47
IV.2.1	Deskripsi Data Responden	47
IV.2.2	Analisis Data Deskripsi	49
IV.3	Analisis Inferensial	52
IV.3.1	Uji Validitas.....	53
IV.3.2	Uji Reliabilitas.....	56
IV.3.3	Uji R Square	57
IV.3.4	Uji Q Square	57
IV.4	Uji Hipotesis dan Analisis	58
IV.4.1	Uji T Statistik	58
IV.5	Pembahasan	61
IV.5.1	Pengaruh Digital <i>Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	61

IV.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	63
IV.5.3	Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	65
IV.5.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian.....	66
IV.6	Keterbatasan Penelitian.....	68
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	70
V.1	Simpulan	70
V.2	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....		73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2. Pengukuran Variabel	32
Tabel 3. Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrument Penelitian	36
Tabel 5. Penjelasan <i>Loading Factor</i>	37
Tabel 6. Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 7. Usia Responden	48
Tabel 8. <i>Loading Factor</i> Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 9. <i>Loading Factor</i> Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 10. <i>Loading Factor</i> Digital Marketing	50
Tabel 11. <i>Loading Factor</i> Kualitas Produk	51
Tabel 12. Hasil <i>Loading Factor</i> Seluruh Variabel	54
Tabel 13. Nilai AVE.....	55
Tabel 14. Hasil Uji <i>Fornell Lacker Criterium</i>	55
Tabel 15. Hasil Cronbach's Alpha	56
Tabel 16. Hasil Composite Reliability	56
Tabel 17. Hasil Uji R Square.....	57
Tabel 18. Hasil Uji Q Square.....	58
Tabel 19. Hasil Original Sampel, T Statistik, dan P Value	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Top Brand Index Minuman Sehat (Yogurt).....	2
Gambar 2. Top Brand Index Minuman Sehat (Susu Fermentasi)	3
Gambar 3. Yogurt Cimory Menjadi Pemimpin Pasar	4
Gambar 4. Strategi Digital Marketing Cimoy Berkolaborasi dengan Influencer.....	5
Gambar 5. Model Penelitian.....	28
Gambar 6. Tujuh Langkah Menggunakan <i>smartPLS</i>	38
Gambar 7. <i>Inner Model</i>	39
Gambar 8. <i>Outer model</i>	40
Gambar 9. Diagram Jalur.....	41
Gambar 10. Logo Cimory.....	45
Gambar 11. Cimory Yougurt Squeeze	46
Gambar 12. Diagram Jenis Kelamin Responden.....	47
Gambar 13. Diagram Usia Responden	48
Gambar 14. <i>Outer Model</i>	53
Gambar 15. Diagram Jalur Hasil Uji Hipotesis	59
Gambar 16. Strategi Pemasaran Cimory Secara <i>Digital Marketing</i>	62
Gambar 17. Wujud <i>Digital Marketing</i> Cimory	63
Gambar 18. Cimory Menggunakan Kuliatas Premiun	64
Gambar 19. Kualitas Produk Cimory Membuahkan Kepuasan Pelanggan.....	66
Gambar 20. Kepuasan Pelanggan Pada Produk Cimory	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 3. Hasil Kuesioner 100 Responden	86
Lampiran 4. Hasil Data Responden.....	95
Lampiran 5. Hasil Pengelolaan Outer Model dan Inner Model Smart PLS	96
Lampiran 6. Hasil Pengelolaan Model Smart PLS	97
Lampiran 7. Nilai T tabel	100