



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN ONLINE PROMOTION TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PRODUK MIXUE**

**SKRIPSI**

**DAFFA DHIYA ULHAQ      1910111174**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2024**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN ONLINE PROMOTION TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PRODUK MIXUE**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**DAFFA DHIYA ULHAQ      1910111174**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Daffa Dhiya Ulhaq

NIM : 1910111174

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

Jakarta, 24 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Daffa Dhiya Ulhaq)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Daffa Dhiya Ulhaq  
NIM : 1910111174  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Sarjana Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

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

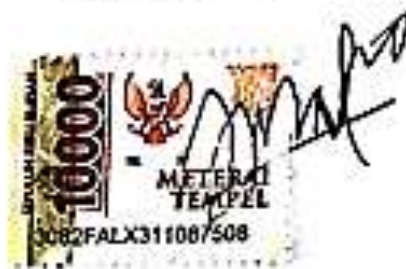
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN ONLINE PROMOTION TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PRODUK MIXUE**

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 (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 24 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Daffa Dhiya Ulhaq)

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN *ONLINE PROMOTION***  
**TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MIXUE**

Disusun oleh :

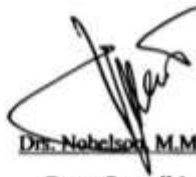
**DAFFA DHIYA ULHAQ      1910111174**

Telah dipertahankan dan disetujui pada tanggal 3 Juli 2024 dan dinyatakan lulus oleh :



Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP

Ketua Penguji



Drs. Nobelson, M.M

Dosen Penguji 1



Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM

Dosen Penguji 2



Drs. Agus Sedah, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Siti Hidayati, S.E., M.M

Ketua Program Studi Manajemen

Disahkan di                   : Jakarta

Pada tanggal               : 3 Juli 2024

***The Influence Of Product Quality, Service Quality And Online Promotion On  
Customer Satisfaction Of Mixue Products***

By Daffa Dhiya Ulhaq

***Abstract***

*This study aims to analyze the influence of product quality, service quality, and online promotion on customer satisfaction of Mixue products. In the era of globalization, competition in the food and beverage industry has become increasingly fierce, including for companies offering bubble tea drinks like Mixue. Data were collected through questionnaires distributed to 317 Mixue customers in various major cities in Indonesia. The analysis methods used include descriptive and inferential analysis to test the research hypotheses. The results show that product quality and service quality have a significant positive effect on customer satisfaction, indicating that high-quality products and good service can substantially increase customer satisfaction. Meanwhile, online promotion also has a positive but not significant effect on customer satisfaction. These findings provide important insights for Mixue's management in formulating more effective marketing strategies to enhance customer satisfaction and loyalty in the future.*

*Keywords: Product Quality, Service Quality, Online Promotion, Customer Satisfaction, Mixue, Marketing Strategy*

# **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Online Promotion Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mixue**

Oleh Daffa Dhiya Ulhaq

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi online terhadap kepuasan pelanggan produk Mixue. Dalam era globalisasi, persaingan dalam industri food and beverage semakin ketat, termasuk bagi perusahaan yang menawarkan minuman bubble tea seperti Mixue. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 317 pelanggan Mixue di berbagai kota besar di Indonesia. Metode analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan inferensial untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa produk berkualitas tinggi dan pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara substansial. Sementara itu, promosi online juga memiliki pengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi manajemen Mixue dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di masa mendatang.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi Online, Kepuasan Pelanggan, Mixue, Strategi Pemasaran



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GENAP TA. 2023/2024**

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Rabu, 3 Juli 2024:

Nama : Daffa Dhiya Ulhaq

No.Pokok Mahasiswa : 1910111174

Program Studi : Manajemen S.1

(PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN *ONLINE PROMOTION*  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MIXUE)

dinyatakan Lulus / Tidak Lulus \*)

Penguji			
No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Ketua	1.
2	Drs. Nobelson, M.M	Anggota I	2.
3	Dr. Maria Assumpta Wikantari S.S., MBA., CWM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta,

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.



## **PRAKATA**

Segala Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Online Promotion terhadap Kepuasan Konsumen Mixue”. Tujuan dari penulisan proposal ini merupakan salah satu syarat untuk dapat melanjutkan ke tahapan penulisan skripsi selanjutnya.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis guna memperbaiki proposal skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang memberikan dukungan dan bantuan dalam penulisan proposal skripsi ini, diantaranya yaitu:

1. Dr. Jubaedah, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan izin dalam penulisan penelitian.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, S. Sos. I, MM, CRA, selaku ketua jurusan program studi manajemen yang telah menentukan dosen pembimbing dalam melakukan penulisan penelitian ini.
3. Siti Hidayati, SE, MM, selaku ketua program studi manajemen program sarjana yang telah memberikan arahan melalui sosialisasi dan dukungan selama menyusun penelitian ini.
4. Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA, CWM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dalam melakukan penulisan penelitian ini.
5. Drs. Nobelson, MM, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dalam masa studi.
6. Keluarga yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat dan menjadi karya ilmiah yang berarti bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bagi masyarakat.

Jakarta, Juli 2024

Daffa Dhiya Ulhaq

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
BERITA ACARA UJIAN TESIS .....	viii
PRAKATA .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	6
I.3 Tujuan Penelitian .....	6
I.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II .....	7
TELAAH PUSTAKA.....	7
II.1 Landasan Teori .....	7
II.1.1 Manajemen Pemasaran .....	7
II.1.2 Kualitas Produk .....	11
II.1.3 Kualitas Pelayanan .....	12
II.1.4 Promosi Online.....	14
II.2 Penelitian Yang Relevan.....	15
II.3 Kerangka Pemikiran .....	22
II.4 Hipotesis.....	23
BAB III.....	24

<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
<b>III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....</b>	<b>24</b>
<b>III.1.1 Definisi Operasional .....</b>	<b>24</b>
<b>III.2 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>25</b>
<b>III.2.1 Populasi .....</b>	<b>25</b>
<b>III.2.2 Sampel .....</b>	<b>25</b>
<b>III.3 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>27</b>
<b>III.3.1 Jenis Data .....</b>	<b>27</b>
<b>III.3.2 Sumber Data .....</b>	<b>27</b>
<b>III.3.3 Pengumpulan Data .....</b>	<b>27</b>
<b>III.4 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>28</b>
<b>III.4.1 Analisis Deskriptif .....</b>	<b>29</b>
<b>III.4.2 Analisis Inferensial .....</b>	<b>30</b>
<b>III.4.3 Uji Measurement Model (Outer Model).....</b>	<b>36</b>
<b>III.4.3.1 Uji Hipotesis .....</b>	<b>36</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>38</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
<b>IV.1 Deskripsi Objek Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>IV.1.1 Profil Perusahaan .....</b>	<b>38</b>
<b>IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....</b>	<b>39</b>
<b>IV.3 Analisis Data Deskriptif .....</b>	<b>42</b>
<b>IV.4 Uji Hipotesis dan Analisis .....</b>	<b>49</b>
<b>IV.4.1 Model Pengukuran (Outer Model).....</b>	<b>50</b>
<b>IV.4.2 Uji Validitas.....</b>	<b>51</b>
<b>IV.4.4 Uji Structural Model (Inner Model) .....</b>	<b>56</b>
<b>IV.4.5 Uji Hipotesis .....</b>	<b>58</b>
<b>IV.5 Pembahasan .....</b>	<b>60</b>
<b>IV.5.1 Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....</b>	<b>60</b>
<b>IV.5.2 Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....</b>	<b>62</b>
<b>IV.5.3 Pengaruh Online Promotion Terhadap Kepuasan pelanggan .....</b>	<b>65</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>67</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>67</b>

<b>V.1 Kesimpulan .....</b>	<b>67</b>
<b>V.2 Saran.....</b>	<b>68</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. Penelitian Sebelumnya .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabel 2. Matriks Pengukuran Variabel .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 3. Peringkat Jawaban Responden.....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 5. Interval Kelas.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 6. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 7. Analisis Deskriptif Corporate Brand .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 8. Analisis Deskriptif Brand Image .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 9. Nilai Outer Loading .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 10. Nilai Fornell- Lacker Criterion.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 11. Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 12. Nilai Composite Reliability.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 13. Nilai Cronbach's Alpha .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 14. Hasil Nilai R-Square .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 15. Hasil Nilai Q-Square .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 16. Hasil T-Statistik.....</b>	<b>57</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1. Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>27</b>
<b>Gambar 2. Jenis Kelamin Responden .....</b>	<b>36</b>
<b>Gambar 3. Usia Responden.....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 4. Penghasilan Per Bulan Responden .....</b>	<b>38</b>
<b>Gambar 5. Pendidikan Terakhir Responden .....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 6. Pekerjaan Responden.....</b>	<b>41</b>
<b>Gambar 7. Hasil Outer Model .....</b>	<b>47</b>
<b>Gambar 8. Hasil Inner Model .....</b>	<b>58</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	70
---------------------------------------	----