

**TUGAS AKHIR**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN  
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI  
KASUS KRISTIN FLORIST)**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
pendidikan program sarjana

Disusun oleh:

Edwin

2016121012

Pembimbing :

Ibnu Harris, S.Kom., M.M.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS UNIVERSAL  
BATAM  
2023**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Edwin

NIM : 2016121012

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kristin Florist)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tugas akhir yang saya tulis ini adalah benar-benar karya sendiri, bukan hasil jiplakan (plagiat), belum pernah diterbitkan atau dipublikasikan dimanapun atau dalam bentuk apapun, serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi.

Atas pernyataan ini, saya siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap tugas akhir saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Batam, 17 Juli 2023

Yang membuat pernyataan

Edwin

2016121012

## **LEMBAR PENGESAHAN**

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS KRISTIN FLORIST)**

Disusun oleh:

Edwin

2016121012

Pembimbing:

Ibnu Harris, S.Kom., M.M.

Tanggal : 17 Juli 2023

Batam, 17 Juli 2023

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Universal

Koordinator Program Studi Manajemen

Mochammad Nugraha Reza Pradana S.E., M.M.

NIDN 1027069102

## **ABSTRAK**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang dijalankan oleh badan usaha, individu maupun rumah tangga yang bersifat kecil. Berdasarkan data dari *Online Data Sistem* (ODS) jumlah UMKM di kota Batam sebesar 81.575 UMKM, dengan berbagai jenis bidang usaha yang dijalankan. Contoh bisnis UMKM seperti usaha dibidang kuliner, fashion, kerajinan tangan, agribisnis, toko kelontong, salon dan lain-lain. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan dengan studi kasus Kristin Florist. Pengambilan sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh melalui kuesioner. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengujian instrumen dilakukan menggunakan *SmartPLS 4*. Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan, promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi Penjualan, Kepuasan Pelanggan**

## **ABSTRACT**

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are business groups run by small business entities, individuals and households. Based on data from the Online Data System (ODS) the number of MSMEs in Batam city is 81,575 MSMEs, with various types of business fields being carried out. Examples of MSME businesses include businesses in the culinary, fashion, handicraft, agribusiness, grocery stores, salons and others. Therefore, this study aims to determine the effect of product quality, service quality, and sales promotion on customer satisfaction with the Kristin Florist case study. Sampling of 100 respondents obtained through a questionnaire. The approach used in this study uses a quantitative approach. Instrument testing was carried out using SmartPLS 4. The results of the study found that product quality and service quality had no significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, sales promotion has a significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords: Product Quality, Service Quality, Sales Promotion, Customer Satisfaction**

## **PRAKATA**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kristin Florist)”. Tugas akhir ini merupakan syarat kelulusan untuk Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis di Universitas Universal.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. techn. Aswandy, M.T. selaku Rektor Universitas Universal.
2. Bapak Dr. Didi Sundiman, S.T., M.M. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Universal.
3. Bapak Ibnu Harris, S.Kom., M.M., selaku Pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing penulis selama pembuatan tugas akhir ini.
4. Segenap dosen, pengajar di Universitas Universal yang telah memberikan pengetahuan dan bimbingan selama penulis mengikuti perkuliahan.
5. Orang tua penulis yang telah banyak berkorban dalam mengasuh, mendidik, mendukung, dan mendoakan dengan penuh kasih sayang yang tulus dan ikhlas.
6. Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, sumbangan pikiran, motivasi, dan bantuan dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap atas saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca.

Akhir kata penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

Batam, 17 Juli 2023

Edwin

## **DAFTAR ISI**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	<b>i</b>
LEMBAR PENGESAHAN .....	<b>ii</b>
ABSTRAK .....	<b>iii</b>
<i>ABSTRACT</i> .....	<b>iv</b>
PRAKATA.....	<b>v</b>
DAFTAR ISI.....	<b>vi</b>
DAFTAR GAMBAR .....	<b>ix</b>
DAFTAR TABEL.....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL</b>	
<b>PENELITIAN.....</b>	<b>8</b>
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Kajian Teori.....	11
2.2.1 Kualitas Produk.....	11
2.2.2 Kualitas Pelayanan.....	13
2.2.3 Promosi Penjualan .....	14
2.2.4 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	14
2.3 Kerangka Konseptual .....	16
2.4 Hipotesis Penelitian Tentang Hubungan Variabel .....	18
2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	18
2.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	19

2.4.3 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	19
2.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	25
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel .....	25
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	26
3.5 Pengujian Instrumen.....	27
3.5.1 Uji Validitas.....	27
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	28
3.6 Metode Analisis Data .....	29
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	30
3.6.2 Analisis Statistik Inferensial .....	30
3.7 Pengujian Hipotesis .....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Karakteristik Responden .....	33
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	34
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	35
4.2.1 Variabel Kualitas Produk (X1) .....	35
4.2.2 Variabel Kualitas Pelayanan (X2) .....	36
4.2.3 Variabel Promosi Penjualan (X3) .....	37
4.2.4 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	38
4.3 Analisis Inferensial.....	38



4.3.1 Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	39
4.3.2 Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	44
4.4 Pengujian Hipotesis .....	46
4.4.1 Hipotesis Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	46
4.4.2 Hipotesis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	47
4.4.3 Hipotesis Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	47
4.5 Profil Variabel Penelitian .....	47
4.5.1 Profil Variabel Kualitas Produk .....	48
4.5.2 Profil Variabel Kualitas Pelayanan .....	51
4.5.3 Profil Variabel Promosi Penjualan.....	53
4.5.3 Profil Variabel Kepuasan Pelanggan .....	55
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
4.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	58
4.6.3 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	59
4.7 Implikasi Penelitian .....	59
4.7.1 Implikasi Teoritis .....	60
4.7.2 Implikasi Praktis .....	60
4.8 Keterbatasan Penelitian .....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah UMKM di Kota Batam .....	2
Gambar 2 Kerangka Konseptual .....	18
Gambar 3 Metode Penelitian.....	20
Gambar 4 Hasil Uji <i>Outer Model</i> .....	39
Gambar 5 Hasil Uji <i>Outer Model</i> setelah Estimasi Ulang .....	41
Gambar 6 Hasil T-Statistic.....	46

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Operasional Variabel (X) .....	21
Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel (Y) .....	24
Tabel 3.1 Skala Likert .....	27
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	34
Tabel 4. 3 Variabel Kualitas Produk (X1) .....	35
Tabel 4. 4 Variabel Kualitas Layanan (X2) .....	36
Tabel 4. 5 Variabel Promosi Penjualan (X3) .....	37
Tabel 4. 6 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	38
Tabel 4. 7 Nilai <i>Outer Loadings</i> < 0.6 .....	40
Tabel 4. 8 Nilai <i>Outer Loadings</i> > 0.6 .....	41
Tabel 4. 9 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> .....	41
Tabel 4. 10 Nilai <i>Cross Loadings</i> .....	42
Tabel 4. 11 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....	43
Tabel 4. 12 Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	43
Tabel 4. 13 Nilai <i>R Square</i> .....	44
Tabel 4. 14 Hasil Bootstrapping .....	45
Tabel 4. 15 Kelas Interval Variabel .....	48
Tabel 4. 16 Profil Variabel Kualitas Produk .....	48
Tabel 4. 17 Profil Variabel Kualitas Pelayanan .....	51
Tabel 4. 18 Profil Variabel Promosi Penjualan .....	53
Tabel 4. 19 Profil Variabel Kepuasan Pelanggan .....	55

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang dijalankan oleh badan usaha, individu maupun rumah tangga yang bersifat kecil. Walaupun memiliki pengertian sebagai suatu bisnis yang dikategorikan dengan cakupan kecil, UMKM menjadi bagian penting dalam mendorong perekonomian Negara (Novita et al., 2022). Pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sangat penting, karena sudah saatnya untuk mengedepankan UMKM hal ini dikarenakan UMKM merupakan usaha yang bebas akan hambatan dan tahan terhadap dinamika perubahan lingkungan secara global. UMKM memiliki peranan penting dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, serta UMKM juga memiliki kontribusi yang luas dalam mengatasi masalah perekonomian (Dahlan, 2017).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Batam, dapat berkembang dikarenakan kota batam merupakan wilayah perbatasan antara Malaysia dan Singapura. Kota Batam memiliki potensi pasar yang besar, sehingga hal ini dapat menstimulasi dan memicu para pelaku usaha untuk dapat bersaing dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Walaupun Kota Batam memiliki potensi yang besar, UMKM belum sepenuhnya mampu untuk mengatasi tantangan usaha yang ada. Permasalahan yang dihadapi UMKM di kota batam yakni dari segi permodalan, pemasaran, bahan baku, teknologi, organisasi dan manajemen (Siagian et al., 2019).

Berdasarkan data dari *Online Data Sistem (ODS)* jumlah UMKM di kota Batam sebesar 81.575 UMKM, dengan berbagai jenis bidang usaha yang dijalankan. Contoh bisnis UMKM seperti usaha dibidang kuliner, fashion, kerajinan tangan, agribisnis, toko kelontong, salon dan lain-lain.



**Gambar 1 Jumlah UMKM di Kota Batam**

Sumber: (Data UMKM - Kementerian Koperasi dan UKM, n.d.

<http://umkm.depkop.go.id/>)

Pelaku UMKM perlu memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan agar dapat memastikan bahwa konsumen puas akan produk yang di jual. Kualitas produk adalah alat yang digunakan oleh para pelaku usaha untuk menentukan *positioning* produk atau jasa yang ditawarkan pada suatu tempat. Pelaku usaha harus memilih kualitas produk yang dihasilkan sehingga dapat menunjang usahanya untuk meningkatkan serta mempertahankan *positioning* produk pada pasar yang dituju (Amelia & Asmara, 2017). Pelanggan akan merasa puas apabila mereka menerima produk sesuai dengan yang diharapkan, sebaliknya pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas apabila produk yang mereka terima tidak sesuai dengan yang mereka harapkan. Kualitas produk yang sesuai dengan harapan pelanggan memiliki pengaruh penting terkait dengan kepuasan pelanggan dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku UMKM (Soetanto, 2021).

Pada umumnya, pelanggan mengharapkan produk atau jasa yang mereka terima dan konsumsi dapat dinikmati dengan pelayanan yang memuaskan dalam artian pelanggan menginginkan pelayanan dapat diberikan dengan baik. Menyikapi hal ini, pelaku usaha harus memperhatikan kualitas mutu dari *service quality* dari pelayanan yang diberikan (Andalusi, 2018). Kualitas pelayanan merupakan aspek yang perlu diperhatikan dalam mendorong kepuasan pelanggan, kualitas layanan yang baik akan menciptakan suatu kepuasan bagi pelanggan. Dengan memberikan kualitas layanan kepada konsumen melalui berbagai macam penawaran tertentu seperti ramah, *fast respon* dalam melayani pelanggan, keandalan pengiriman yang baik dan tepat waktu dan lainnya, tentu akan menunjang kepuasan pelanggan (Maryati & Khoiri.M, 2022).

Promosi memiliki peran dalam bauran pemasaran yang digunakan pelaku usaha dalam hal meningkatkan penjualan dari produk yang mereka tawarkan sehingga menghasilkan keuntungan bagi pelaku usaha. Promosi penjualan merupakan upaya langsung yang dilakukan kepada pelanggan agar dapat melakukan pembelian. Jenis - jenis promosi penjualan yakni: potongan harga, kupon, diskon, kontes, undian dan lain – lain (Dewa, 2018). Era teknologi yang berkembang semakin pesat, tentu menjadi peluang bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi yang ada untuk mempermudah para UMKM dalam hal melakukan promosi penjualan agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat dikenal oleh konsumen. Menurut Soetanto (2021), pelanggan akan merasa puas apabila penjual dapat memberikan promosi yang menarik, misalnya memberikan potongan harga. Apabila promosi penjualan yang diberikan dan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka akan menciptakan kepuasan konsumen.

Pada saat ini, UMKM yang menawarkan produk dan jasa berupa kerajinan tangan sudah sangat banyak, untuk itu para UMKM dituntut untuk mampu bersaing dengan Kompetitor sejenisnya, oleh karena itu UMKM dibidang kerajinan tangan yang menghasilkan produk bunga dan lainnya harus mampu mempertahankan inovasi dengan mengembangkan kualitas produk dan kualitas layanan mereka (Sulaiman et al., 2021). Kristin florist merupakan UMKM yang menawarkan produk dan jasa berupa kerajinan tangan, yang menghasilkan produk berupa karangan bunga dan *hampers* yang beroperasi di Kota Batam. Berdiri sejak tahun 2018 yang diawali dengan penjualan secara *online* melalui berbagai *platform* diantaranya: Instagram, website dan Whatsapp. Hingga pada tahun 2021 kristin florist memutuskan untuk mengembangkan usahanya dengan cara membuka toko secara *offline*, yang beralamat di Ruko kintamani blok G no 12, keputusan membuka *offline store* ini agar dapat mempermudah pelanggan, sehingga dapat datang berkunjung secara langsung ke toko untuk melakukan pembelian ataupun memesan bunga secara *custom* atau *request* sesuai dengan keinginan pelanggan.

Perkiraan jumlah pelanggan yang melakukan proses pembelian pada kristin florist sebanyak 80-100 orang perbulan dan perkiraan pendapatan Rp

18.000.000 s/d Rp 22.000.000 perbulan. Dengan perkiraan pendapatan tersebut, maka kristin florist merupakan jenis UMKM dengan skala mikro, karena omset pendapatan kristin florist pertahun masih di bawah Rp 300.000.000. Hal ini menjadi acuan agar kristin florist semakin berkembang agar unit bisnis yang dijalani dapat mengalami peningkatan terutama dalam hal menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan tercapainya kepuasan pelanggan, akan semakin membuktikan bahwa kristin florist mampu memberikan kualitas produk yang baik, keandalan pengiriman yang baik bagi setiap pelanggannya, serta sudah menerapkan promosi penjualan yang baik sehingga dikenal oleh setiap lapisan masyarakat di Kota Batam, dengan demikian akan memberikan kepuasan pelanggan pada pelanggan kristin florist.

Menurut Tjiptono dalam (Putra et al., 2017) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi dari hasil pembelian yang dilakukan oleh pelanggan tersebut. Alternatif yang dipilih dapat dijadikan sebagai patokan untuk mengukur kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan yang timbul hasil dari pembelian tersebut. Faktor- faktor kepuasan pelanggan yang ada yakni: kualitas produk, keandalan pengiriman dan promosi penjualan. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hal yang menjadi pembeda antara yang diharapkan pelanggan dengan keadaan atau realita yang diberikan oleh pelaku usaha dalam memenuhi standar yang diciptakan konsumen.

Berdasarkan penelitian dan pengamatan yang dilakukan oleh Soetanto (2021), mengemukakan beberapa hasil review yang diambil dari media sosial instagram terhadap produk fashion wanita, hasil dari review tersebut menyatakan bahwa beberapa pelanggan memberikan komentar bahwa mereka tidak puas dan kurang puas. Dari data pada tahun 2019 menyatakan bahwa sebanyak 90% pelanggan mengajukan keluhan dan tanggapan negatif terkait dengan keterlambatan pengiriman produk, dan sebanyak 36% pelanggan merasa tidak puas akan pengalaman pengiriman produk oleh penjual. Hasil pengamatan ini menunjukkan bahwa kualitas produk, keandalan pengiriman dan promosi penjualan adalah komponen penting untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pembelian.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putra et al (2017) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang dilihat dari keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Andalusi (2018) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif akan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim et al (2019) kualitas layanan yang diberikan belum dapat membuktikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan Rivai et al (2020) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dewa (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang semakin baik memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Soetanto, 2021; Sondak et al., 2021) menyatakan bahwa promosi penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan (Setiadi & Attusholiha, 2021) menyatakan bahwa promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sulaiman et al (2021) menyatakan bahwa UMKM yang bergerak di bidang florist sudah memiliki banyak pesaing dengan pesaing usaha sejenis. Hal ini tentu menjadi perhatian bagi para pelaku UMKM di bidang florist harus terus mengembangkan kualitas produk dan kualitas pelayanan, agar tetap dapat mempertahankan konsumen dan konsumen tidak beralih ke kompetitor lainnya.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian sebelumnya, maka penelitian ini perlu untuk dilakukan, agar dapat mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan serta promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan Kristin florist. Sehingga dengan penelitian ini, dapat menjadi acuan serta pertimbangan bagi Kristin florist untuk langkah yang dapat diambil kedepannya.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:



1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kristin florist?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kristin florist?
3. Apakah promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kristin florist?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Kristin florist.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kristin florist.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan Kristin florist.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang dipaparkan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan dijadikan sumber referensi untuk penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan, serta untuk mengkaji lebih dalam terkait dengan pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat dijadikan referensi untuk keputusan kedepannya.

b. Bagi Kristin Florist.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan dan sebagai sumber referensi bagi pihak Kristin florist dalam menentukan strategi yang dapat dilakukan kedepannya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan ataupun mengembangkan usahanya.

c. Bagi Masyarakat.

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi wawasan dan ilmu pengetahuan baru bagi masyarakat terkait dengan pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan ataupun dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi masyarakat ketika hendak memulai bisnis.