

**PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*  
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN MIE GACOAN  
CABANG TEBET)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen**



**MULYANI**

**1201001004**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Mulyani**

**NIM : 1201001004**

**Tanda Tangan :**

A handwritten signature in black ink, appearing to be the name 'Mulyani' written in a stylized, cursive script.

**Tanggal : 13 Agustus 2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:


Nama : Mulyani  
NIM : 1201001004  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Perceived Value* dan *Sales Promotion* Terhadap *Customer Satisfaction* (Studi Kasus pada Pelanggan Mie Gacoan Cabang Tebet)

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holila Hatta, SE., M.M (  )

Penguji I : Ir. Aurino Rilman Adam Djamaris., M.M. (  Digitally signed by Aurino Djamaris  
DN: cn=Aurino Djamaris, o=UB  
email=aurino@ub.ac.id, c=ID  
Date: 2024.08.29 16:25:49 +0700 )

Penguji II : Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 13 Agustus 2024

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. yang senantiasa melimpahkan keberkahan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh *Customer Perceived Value* dan *Sales Promotion* Terhadap *Customer Satisfaction* (Studi kasus pada Pelanggan Mie Gacoan Cabang Tebet)”**. Selawat dan salam kita sampaikan semoga senantiasa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw. para keluarga, sahabat beserta ummatnya.

Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Dengan demikian, izinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam mendukung dan membantu penulis selama penyusunan Tugas Akhir ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Bapak Dr. Dudi Rudianto, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
2. Bapak Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Penguji yang telah memberikan masukan yang berharga dengan tujuan mengarahkan dan membantu saya dalam menyusun tugas akhir ini.
3. Bapak Ir. Aurino Rilman Adam Djamaris, M.M selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran, masukan dan arahan yang bermanfaat dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Ibu Holila Hatta, S.Pd., MM selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah bersedia meluangkan waktu, arahan dan dukungan yang bermanfaat kepada saya dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Para dosen Prodi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran yang berharga selama masa perkuliahan saya.
6. Pihak perusahaan Mie Gacoan khususnya pada gerai cabang Tebet, Jakarta yang telah membantu penulis dalam usaha memperoleh bahan dan data yang diperlukan untuk penelitian tugas akhir.

7. Keluarga yaitu Bapak Abu Bakar, Mama Nurheni, Nenek Hj. Nurgayah, Abang Hamsah, Arman, serta keluarga besar saya yang senantiasa selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi dalam penyusunan tugas akhir.
8. Rekan-rekan perjuangan yaitu Andira, Dhila, Gebi, Kania Shafa, dan Raysa, serta sahabat pena asal Ajazair yaitu Samar yang selalu mendukung dan memotivasi dalam proses penyusunan tugas akhir serta menemani penulis semasa perkuliahan.
9. Teman-teman di Universitas Bakrie yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang berjuang bersama dan mewarnai masa perkuliahan penulis.
10. Kreator konten media sosial yaitu Ibu Dosen Ira Mirawati @ibuiramira, Bapak Dosen Dr. Ginanjar Rahmawan @ginanjarahmawan, dan Bang Ezra Alfatah @ezraalfatah sebagai pembimbing skripsi *online* yang sangat bermanfaat ilmunya dalam proses penyusunan tugas akhir penulis.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang turut memberikan dorongan dan dukungan motivasi dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
12. Kepada diri sendiri yaitu Mulyani yang sudah semangat dalam melalui proses penyusunan tugas akhir dan senantiasa berjuang untuk meraih gelar sarjana.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Akan tetapi, semoga penulisan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan memberikan wawasan bagi akademik, pelaku bisnis, dan masyarakat untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulisan Tugas Akhir ini. Atas perhatiannya, penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 13 Agustus 2024



Mulyani

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mulyani  
NIM : 1201001004  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh *Customer Perceived Value* dan *Sales Promotion* terhadap *Customer Satisfaction* (Studi Kasus pada Pelanggan Mie Gacoan Cabang Tebet)”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Agustus 2024

Yang menyatakan



Mulyani

**PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DAN *SALES PROMOTION*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*  
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN MIE GACOAN CABANG TEBET)**

Mulyani

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *customer perceived value* dan *sales promotion* terhadap *customer satisfaction* (studi kasus pada pelanggan Mie Gacoan Cabang Tebet). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif bersifat deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Total sampel data yang diambil sebanyak 100 responden. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, tabulasi silang, uji regresi logistik multinomial, koefisien determinasi, uji t, uji f, dan korelasi spearman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer perceived value* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Mie Gacoan Cabang Tebet. Kemudian, terdapat pengaruh *sales promotion* yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Mie Gacoan Cabang Tebet. Sedangkan untuk pengaruh *customer perceived value* dan *sales promotion* secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Mie Gacoan Cabang Tebet.

Kata kunci: *Customer Perceived Value, Sales Promotion, Customer Satisfaction*

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER PERCEIVED VALUE AND SALES  
PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION  
(CASE STUDY ON TEBET BRANCH MIE GACOAN CUSTOMERS)**

Mulyani

---

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of customer perceived value and sales promotion on customer satisfaction (case study on Tebet Branch Mie Gacoan customers). This research uses descriptive quantitative methods. The sampling technique uses nonprobability sampling with convenience sampling technique. The total data sample taken was 100 respondents. The analysis used in this research is descriptive statistical analysis, cross tabulation, multinomial logistic regression test, coefficient of determination, t test, f test, and spearman correlation. The results of this study indicate that customer perceived value does not have a positive and significant effect on customer satisfaction for Tebet Branch Mie Gacoan customers. Then, there is a positive and significant effect of sales promotion on customer satisfaction for Tebet Branch Mie Gacoan customers. Meanwhile, the effect of customer perceived value and sales promotion together has a positive and significant effect on customer satisfaction for Tebet Branch Mie Gacoan customers.*

*Keywords: Customer Perceived Value, Sales Promotion, Customer Satisfaction*



## DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	9
1.3    Tujuan Penelitian.....	9
1.4    Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1    Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2    Manfaat Praktis .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	11
2.1    Landasan Teori .....	11
2.1.1    Pemasaran ( <i>Marketing</i> ) .....	11
2.1.2 <i>Customer perceived value</i> .....	12
2.1.3    Promosi Penjualan ( <i>Sales promotion</i> ).....	13
2.1.4    Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer satisfaction</i> ).....	14
2.1.5    Penelitian Terdahulu.....	15
2.2    Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis .....	22
2.2.1    Kerangka Pemikiran.....	22
2.2.2    Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1    Metode Penelitian.....	23
3.2    Objek Penelitian .....	23

3.3	Populasi dan Sampel .....	23
3.3.1	Populasi .....	23
3.3.2	Sampel .....	24
3.4	Operasional Variabel Penelitian .....	25
3.4.1	Variabel Independen (X) .....	25
3.4.2	Variabel Dependen (Y) .....	26
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	29
3.6	Jenis dan Sumber Data .....	30
3.6.1	Data Primer .....	30
3.6.2	Data Sekunder .....	30
3.7	Pengujian Instrumen Penelitian .....	30
3.7.1	Uji Validitas .....	30
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	31
3.8	Teknik Analisis Data .....	31
3.8.1	Statistik Deskriptif .....	31
3.8.2	Tabulasi Silang (Crosstab) .....	31
3.8.3	Uji Regresi Logistik Multinomial .....	32
3.8.4	Koefisien Determinasi .....	32
3.8.5	Metode Pengujian Hipotesis .....	33
3.9	Korelasi Spearman .....	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....		35
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	35
4.1.1	Profil Mie Gacoan .....	35
4.1.2	Sejarah dan Perkembangan Mie Gacoan .....	37
4.2	Karakteristik Responden .....	37
4.3	Pengujian Instrumen Penelitian .....	42
4.3.1	Uji Validitas .....	42
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	43
4.4	Pengujian Analisis Data .....	44
4.4.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	44
4.4.2	Analisis Tabulasi Silang (Crosstab) .....	47
4.4.3	Analisis Uji Regresi Logistik Multinomial .....	51

4.4.4	Uji Koefisien Determinasi .....	52
4.4.5	<i>Parameter Estimates</i> .....	52
4.5	Analisis Pengujian Hipotesis .....	53
4.5.1	Uji Parsial (Uji T).....	54
4.5.2	Uji Simultan (Uji F) .....	55
4.6	Analisis Korelasi Spearman .....	56
4.7	Pembahasan Penelitian.....	58
4.7.1	Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> Pada Pelanggan Mie Gacoan Cabang Tebet .....	58
4.7.2	Pengaruh <i>Sales promotion</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> Pada Pelanggan Mie Gacoan Cabang Tebet .....	59
4.7.3	Pengaruh <i>Customer perceived value</i> dan <i>Sales promotion</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> Pada Pelanggan Mie Gacoan Cabang Tebet.....	60
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN .....		62
5.1	Kesimpulan .....	62
5.2	Saran.....	63
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	64
DAFTAR PUSTAKA .....		65
LAMPIRAN.....		69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Permintaan Mie Instan di Dunia .....	2
Gambar 1.2 Suasana Gerai Mie Gacoan Cabang Tebet .....	3
Gambar 1.3 Diskon Potongan Harga Mie Gacoan.....	6
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	22
Gambar 4.5 Logo Mie Gacoan.....	35
Gambar 4.6 Daftar Menu dan Harga di Gerai Mie Gacoan Cabang Tebet .....	36

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	26
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	37
Tabel 4.2 Usia Responden .....	38
Tabel 4.3 Domisili Responden .....	39
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden .....	40
Tabel 4.5 Pengeluaran Perbulan Responden .....	40
Tabel 4.6 Frekuensi Pembelian Responden .....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4.9 Analisis Statistik Deskriptif .....	44
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Dimensi Variabel .....	45
Tabel 4.11 Tabulasi Silang .....	47
Tabel 4.12 Tabulasi Silang Kategori Jenis Kelamin dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	48
Tabel 4.13 Tabulasi Silang Kategori Usia dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	48
Tabel 4.14 Tabulasi Silang Kategori Pendidikan Terakhir dengan <i>Customer Satisfaction</i> .....	50
Tabel 4.15 <i>Goodness of Fit</i> .....	51
Tabel 4.16 <i>Pseudo R-Square</i> .....	52
Tabel 4.17 <i>Parameter Estimates</i> .....	52
Tabel 4.18 Uji T .....	54
Tabel 4.19 Uji F .....	55
Tabel 4.20 Pedoman Kekuatan Hubungan ( <i>Correlation Coefficient</i> ) .....	56
Tabel 4.21 Korelasi Spearman <i>Customer Perceived Value</i> .....	56
Tabel 4.22 Korelasi Spearman <i>Sales Promotion</i> .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2. Data Responden.....	73
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	76
Lampiran 4. Pengujian Instrumen Penelitian.....	78
Lampiran 5. Teknik Analisis Data.....	79
Lampiran 6. Pengujian Hipotesis.....	84
Lampiran 7. Analisis Korelasi Spearman.....	85
Lampiran 8. Lini Masa Penelitian.....	87