

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
PROMOSI, DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PADA TOKO
OFFLINE STORE BELIA COSMETIC
(Jl. Raya Dukuh Kupang Barat no.3 Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Untuk Memperoleh
Gelara Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

HILDRA SUASTIKA S PARD

NPM : 20420140

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2024

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Hildra Suastika S.pard
NPM : 20420140
Alamat : Jl. Sidoyoso 2 gang 4 no.18 Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Melakukan Pembelian Pada Toko Offline Store Belia Cosmetic (Jl. Raya Dukuh Kupang Barat Surabaya)”** bukan merupakan plagiasi dari skripsi orang lain. Apabila kemudian pernyataan ini tidak benar maka bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku. Dengan demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 25 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Hildra Suastika S.pard

20420140

SKRIPSI

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
PROMOSI, DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PADA TOKO
OFFLINE STORE BELIA COSMETIC**

(Jl. Raya Dukuh Kupang Barat no.3 Surabaya)

Diajukan Oleh:

Hildra Suastika S.pard

NPM: 20420140

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Ni Ketut Yulia Agustini, SE, MM

Tanggal, 26 Juli 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, M.M

Tanggal, 26 Juli 2024

SKRIPSI

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
PROMOSI, DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PADA TOKO
OFFLINE STORE BELIA COSMETIC**

(Jl. Raya Dukuh Kupang Barat No. 3 Surabaya)

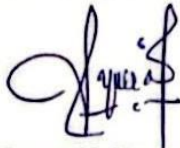
Disusun oleh :

HILDRA SUASTIKA S.PARD

NPM : 20420140

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Ni Ketut Yulia Agustini, SE., MM.

Ketua Tim Penguji



Lestari, S.E., MM.

Anggota Dewan Penguji



Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal, 07 Agustus 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, dan hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Melakukan Pembelian Pada Toko Offline Store Belia Cosmetic (Jl. Raya Dukuh Kupang Barat Surabaya)”

Dalam penyusunan ini penulis menyadari bahwa menulis skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan, dukungan, bantuan, serta dorongan moral baik secara langsung maupun tidak langsung sampai terselesaikan penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL (K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr.Adrianto Trimarjono, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Surenggono, SE., MM selaku dosen wali yang menjadi tempat konsultasi perihal perkuliahan dan memberikan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Ni Ketut Yulia Agustini, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran dalam proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama perkuliahan dan menjadi dasar pemikiran dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan informasi perihal perkuliahan dan skripsi ini.
8. Kepada Kedua Orang Tua Saya serta Adik-Adik saya dan yang telah

memberikan doa dan dukungan, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

9. Untuk Mayra Thallah, Niken Ayu, terima kasih sudah menjadi sahabat terbaik dan penyemangat bagi penulis dikala susah sejak di bangku SMA.
10. Untuk Sahabat terbaik Ratna Lingga, Aisyah Citra, Seliana Tata, dan Fransisca Kurnia, terima kasih telah menjadi partner terbaik bagi penulis dalam segala hal selama masa perkuliahan dari semester 1 hingga selesainya skripsi ini.
11. Kepada Kekasih saya M. Daffa Irza Zainardy yang telah membantu saya dalam mengerjakan skripsi penulis serta memberikan semangat sampai terselesainya skripsi ini.
12. Teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas dorongan, dukungan dan semangat sampai terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran kepada pembaca yang menjadikan penulisan skripsi ini sebagai referensi penelitian untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Surabaya, 18 Juli 2024

Hildra Suastika S.par

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.3 Pengertian Kelengkapan Produk	16
2.1.4 Pengertian Kualitas Pelayanan	18
2.1.5 Pengertian Promosi.....	21
2.1.6 Pengertian Saluran Distribusi	24
2.1.7 Pengertian Kepuasan Pelanggan	26
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	33
2.3.1 Hipotesis.....	33
2.3.2 Model Analisis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Pendekatan Penelitian	35
3.2 Populasi dan Sampel	35

3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel	36
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	36
3.3 Identifikasi Variabel	37
3.4 Definisi Operasional Variabel	38
3.4.1 Kelengkapan Produk (X1)	38
3.4.2 Kualitas Pelayanan (X2)	39
3.4.3 Promosi (X3)	39
3.4.4 Saluran Distribusi (X4)	40
3.4.5 Kepuasan Pelanggan (Y)	40
3.5 Jenis dan Sumber Data	41
3.5.1 Jenis Data	41
3.5.2 Sumber Data	41
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	41
3.6.1 Observasi	41
3.6.2 Wawancara	42
3.6.3 Kuisisioner	42
3.6.4 Dokumentasi	43
3.6.5 Studi Pustaka	43
3.7 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	44
3.7.1 Uji Validitas	44
3.7.3 Uji Reliabilitas	44
3.8 Teknik Analisis	45
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.8.2 Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Objek Penelitian	48
4.1.1 Profil Belia Cosmetic	48
4.1.2 Strukktur Organisasi	50
4.1.3 Daftar Merek Produk	51
4.2 Deskripsi Hasil Jawaban Responden	51

4.2.1 Kriteria dan Karakteristik Responden	51
4.2.2 Deskripsi Variabel Bebas dan Terikat	54
4.2.3 Deskripsi Jawaban Responden	55
4.2.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	56
4.3 Analisis Model atau Pengujian Hipotesis	57
4.3.1 Hasil Uji Instrumen	57
4.3.2 Hasil Analisi Regresi Linear Berganda	58
4.3.3 Hasil Uji T	61
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64
4.4 Pembahasan.....	65
BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN	69
5.1 Simpulan	69
5.2 Saran	69
5.3 Keterbatasan.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan toko kosmetik di Indonesia dan Surabaya.....	3
Gambar 2.1 Model Analisis.....	39
Gambar 4.1	55
Gambar 4.2.....	56
Gambar 4.3.....	56
Gambar 4.4.....	57
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kelengkapan Produk (X_1)	74
Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji t Kualitas Pelayanan (X_2)	74
Gambar 4.7 Kurva Distribusi Uji t Promosi (X_3).....	75
Gambar 4.8 Kurva Distribusi Uji t Saluran Distribusi (X_4)	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Skor Penilaian Berdasarkan Skala Likert.....	49
Tabel 4.1 Daftar Merek Produk	58
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal.....	59
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	62
Tabel 4.6 Rentang Skala	63
Tabel 4.7 Jawaban Responden	63
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4.12 Hasil Uji T.....	72
Tabel 4.13 Tabel Koefisien Korelasi.....	77

ABSTRAK

Karena industri kosmetik sangat penting bagi kehidupan sehari-hari, penulis memutuskan untuk melaksanakan penelitian di bidang ini. Dibandingkan dengan gerai toko kosmetik lain di Surabaya, masyarakat telah berhasil mengenali Toko Kosmetik Belia di Jalan Raya Dukuh Kupang Barat sebagai toko kosmetik dengan harga paling terjangkau. Menawarkan barang dan layanan terbaik bagi orang-orang yang mengunjungi toko yakni tugas utama. Jika rute distribusi dan komponen promosi sudah ada, ini yakni pilihan terbaik. Sebagai toko kosmetik yang terkenal dan makmur, reputasinya bervariasi, memperlihatkan sejumlah faktor seperti distribusi ataupun promosi dapat terdapat pengaruh. Karena konteks ini, penulis melaksanakan studi tambahan untuk memastikan pengaruh kelengkapan produk, kualitas layanan, strategi pemasaran, dan saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan ketika mereka berbelanja di toko offline Belia Cosmetic di Jalan Raya Dukuh Kupang Barat Surabaya. Populasi penelitian deskriptif kuantitatif ini yakni semua konsumen Belia Cosmetic Jalan Raya Dukuh Kupang Barat Surabaya. Sampel sebanyak 100 responden yang sesuai kriteria dipilih dalam penelitian tertulis. Strategi pengambilan sampel non-probabilitas yang dikombinasikan dengan pendekatan sampel purposif digunakan dalam melaksanakan pengambilan sampel. Uji regresi berganda digunakan dalam analisis data penelitian tertulis. Lebih jauh, menurut temuan analisis, ditetapkan rute distribusi dan kelengkapan produk keduanya terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, sudah ditetapkan dengan baik promosi dan kualitas layanan tidak benar-benar memengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Saluran Distribusi, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Because the cosmetics industry is so crucial to daily life, the author decided to conduct research in this field. In comparison to other cosmetic shop outlets in Surabaya, the public has successfully come to recognize Belia Cosmetic Shop on Jalan Raya Dukuh Kupang Barat as a cosmetics shop with the most reasonable pricing. Offering the greatest goods and services to people who visit the store is the primary task. If distribution routes and promotional components are in place, this is the best option. As a well-known and prosperous cosmetic store, its reputation varies, suggesting that some factor such as distribution or promotion may have an impact. Because of this context, the author carried out additional study to ascertain the impact of product completeness, service quality, marketing strategies, and distribution channels on customer satisfaction when they shop at the offline Belia Cosmetic store on Jalan Raya Dukuh Kupang Barat Surabaya. The population of this quantitative descriptive study is all Belia Cosmetic Jalan Raya Dukuh Kupang Barat Surabaya consumers. A sample of 100 respondents who fit the criteria was selected for the study. A non-probability sampling strategy combined with a purposive sample approach was used to carry out the sampling. A multiple regression test was employed in this study's data analysis. Furthermore, based on the analysis's findings, it is established that distribution routes and product completeness both significantly impact customer happiness. But it's well established that promotions and service quality don't really affect how satisfied customers are.

Keywords: Product Completeness, Service Quality, Promotion, Distribution Channels, Customer Satisfaction