

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITA RASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN WARUNG KOPI HIKAM
TANJUNG HALOBAN KECAMATAN BILAH HILIR**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH :

YOGA GEMILANG

2201300337

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : YOGA GEMILANG
NPM : 2201300337
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARUNG KOPI HIKAM TANJUNG HALOBAN KECAMATAN BILAH HILIR

RANTAUPRAPAT, MARET 2026

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA



YUNIMAN ZEBUA, S.E., M.M
NIDN. 0117067201

PEMBIMBING PENDAMPING



BHAKTI HELVI RAMBE, S.E., M.Si
NIDN. 0126128901

MENYETUJUI:

DEKAN

YOGA GEMILANG, S.E. M. Si
NIDN. 0116087401

KAPRODI MANAJEMEN

YUNIMAN ZEBUA, S.E. M.M.
NIDN. 0117067201

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : YOGA GEMILANG
NPM : 2201300337
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARUNG KOPI HIKAM TANJUNG HALOBAN KECAMATAN BILAH HILIR

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, Maret 2026
Yang Membuat Pernyataan



Yoga Gemilang
NPM. 2201300337

ABSTRAK

YOGA GEMILANG / NPM. 2201300337. PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARUNG KOPI HIKAM TANJUNG HALOBAN KECAMATAN BILAH HILIR. 2026. **SKRIPSI.**

Penelitian ini dilakukan di Warung Kopi Hikam Tanjung Haloban Kecamatan Bilah Hilir dengan menggunakan Metode Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Warung Kopi Hikam, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Metode pengumpulan data menggunakan Skala Likert. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Secara simultan Harga, Promosi dan Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warung Kopi Hikam Tanjung Haloban Kecamatan Bilah Hilir. Nilai persamaan $Y = 2.461 + 0.352X_1 + 0.310X_2 + 0.500X_3 + e$. Berdasarkan koefisien determinasi (R^2) bahwa Kepuasan Konsumen mampu dijelaskan oleh Harga, Promosi dan Cita Rasa sebesar 91.6%, sedangkan sisanya sebesar 8.4% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Cita Rasa, Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karna Kasih dan Rahmad-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi, yang penulis beri judul: “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Kopi Hikam Tanjung Haloban Kecamatan Bilah Hilir”. Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang telah banyak memberi dukungan baik materi maupun spiritual sehingga penulis dapat lebih semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semua pihak yang memberikan bantuan berupa bimbingan maupun moral maupun material, yang terutama yang terhormat:

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE., M.Si., Ph.D selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
2. Bapak Dr. Zulkarnain Nasution, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Yuniman Zebua, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu sekaligus Dosen Pembimbing Utama.
4. Ibu Bhakti Helvi Rambe, S.E., M.Si selaku Dosen Pendamping.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan dalam penyajiannya karena kemampuan yang masih terbatas, untuk itu penulis dengan rendah hati akan menerima saran-saran dan petunjuk yang bersifat membangun yang ditujukan untuk lebih menyempurnakan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti sendiri dan bagi para pembaca pada umumnya. Terima Kasih.

Rantauprapat, Maret 2026

Penulis,



YOGA GEMILANG
NPM : 2201300337

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan dan Perumusan Masalah.....	3
1. Batasan Masalah.....	3
2. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Uraian Teoritis	8
1. Harga	8
2. Promosi.....	11
3. Cita Rasa	13
4. Kepuasan Konsumen.....	16
C. Kerangka Konseptual.....	18
D. Hipotesis Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	21
1. Lokasi Penelitian	21
2. Waktu Penelitian	21
B. Populasi dan Sampel Penelitian	22
1. Populasi Penelitian	22
2. Sampel Penelitian.....	22

C.	Defenisi Operasional Variabel.....	23
D.	Jenis dan Sumber Data.....	25
	1. Jenis Data	25
	2. Sumber Data.....	25
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	26
F.	Uji Instrumen Penelitian	27
	1. Uji Validitas	27
	2. Uji Reliabilitas.....	28
G.	Metode Analisis Data.....	29
	1. Analisis Deskriptif.....	29
	2. Uji Asumsi Klasik	29
	a. Uji Normalitas	29
	b. Uji Multikolinearitas	29
	c. Uji Heteroskedastisitas	30
	3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	30
	4. Uji Hipotesis.....	31
	a. Uji Parsial (T).....	31
	b. Uji Simultan (F)	32
	c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		34
A.	Hasil Penelitian	34
	1. Gambaran Perusahaan	34
	2. Hasil Analisis Deskriptif Responden	35
	3. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	37
	4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	39
	a. Uji Normalitas	39
	b. Uji Multikolinearitas	41
	c. Uji Heteroskedastisitas	42
	5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	43
	6. Hasil Uji Hipotesis	44
	a. Hasil Uji Parsial (Uji T)	44
	b. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	45

c. Koefisien Determinasi	46
B. Pembahasan.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian	21
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	23
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran Likert	26
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas	27
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	36
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Harga.....	37
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Promosi	38
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Cita Rasa	38
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Konsumen	39
Tabel 4. 9 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	41
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	43
Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (Uji T)	44
Tabel 4. 13 Hasil Uji Simultan (Uji F)	46
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4. 1 Histogram Uji Normalitas.....	40
Gambar 4. 2 Normal Probability Pot	40
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	55
Lampiran 2 Data Uji Validitas dan Reliabilitas	59
Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner Responden	61
Lampiran 4 Tabel r Product Moment.....	65
Lampiran 5 Tabel Distribusi T.....	66
Lampiran 6 Tabel Distribusi F.....	67