

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, PERSEPSI HARGA,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN USAHA MINUMAN: STUDI KASUS SAY STORY
DI SURAKARTA**



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Antonia Sagung Putu Dewi Andini

NIM. 22118004

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, PERSEPSI HARGA, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
USAHA MINUMAN: STUDI KASUS SAY STORY DI SURAKARTA**

Oleh:

Antonia Sagung Putu Dewi Andini
NIM. 22118004

Disetujui dan dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 27 April 2026
Dosen Pembimbing



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

2557752653130143

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN USAHA MINUMAN: STUDI KASUS SAY STORY DI SURAKARTA

Oleh:
Antonia Sagung Putu Dewi Andini
NIM. 22118004

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir
Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 27 April 2026
Dewan Penguji

Dr. Budi Istivanto, S.E., M.M., M.H.
Ketua

Ari Susanti, S.Pt., M.M
Anggota

: 
: 

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Aditya Lilivan, S.M.B., M.M.

NUPTK. 5438767668131040

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.

NUPTK. 0256772673130313

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Antonia Sagung Putu Dewi Andini

NIM : 22118004

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN USAHA MINUMAN: STUDI KASUS SAYA STORY DI SURAKARTA adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 18 April 2026

Yang Membuat Pernyataan.



Antonia Sagung Putu Dewi Andini

MOTTO

“Dan apa saja yang kamu minta dalam doa dengan penuh kepercayaan, kamu akan menerimanya.”

(Matius 21:22)

“Pencobaan-pencobaan yang kamu alami ialah pencobaan-pencobaan biasa, yang tidak melebihi kekuatan manusia. Sebab Allah setia dan karena itu Ia tidak akan membiarkan kamu dicobai melampaui kekuatanmu. Pada waktu kamu dicobai Ia akan memberikan kepadamu jalan ke luar, sehingga kamu dapat

menanggungnya.”

(1 Korintus 10:13)

“Sebab itu janganlah kamu kuatir akan hari besok, karena hari besok mempunyai kesusahannya sendiri. Kesusahan sehari cukuplah untuk sehari.”

(Matius 6:34)

“Doakan usahamu, usahakan doamu”

“Let go and let God”

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bukti usaha dan kasih sayang kepada orang-orang yang sangat berharga dalam hidup penulis yaitu kepada:

1. Terkhusus untuk Almh. Any Wardiyati, Ibu tercinta. Ibu yang selalu penulis rindukan dan cintai, semoga Ibu melihat putri kecil Ibu dari tempat terbaik di sisi Tuhan. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud bakti dan cinta kasih kepada Ibu. Terima kasih sudah melahirkan, merawat dan membesarkan penulis sebagai ibu sekaligus ayah bagi penulis. Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada Ibu.
2. Maria Magdalena Sudaryati, Nenek tercinta. Sosok yang selalu mendoakan dan mendukung penulis serta selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk penulis. Terima kasih sudah merawat dan membesarkan penulis bersama Ibu, terima kasih juga atas kepercayaan yang selalu diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan rahmat panjang umur dan sehat serta kelimpahan berkat kepada Nenek.
3. Gilbert Jordan Darmawan, A.Md.Par., partner tersayang sejak tahun 2019. Sosok yang selalu mendukung dan menemani penulis beberapa tahun selama berkuliah di kampus STIE Surakarta ini sampai skripsi ini selesai. Terima kasih atas segala dukungan doa dan tenaga yang diberikan kepada

penulis selama menyelesaikan skripsi ini. Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya serta berkat rejeki yang melimpah.

4. Teman-teman perkuliahan saya, terkhusus team 7 Ring's tercinta (Della, Devi, Widi, Khayla, Nur, dan Monika). Terima kasih telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada teman-teman semua.
5. Sahabat-sahabat SMA saya, Flaviana, Helena dan Maria. Terima kasih atas segala bentuk dukungan, motivasi, canda tawa yang diberikan selama ini. Semoga Tuhan memberikan berkat melimpah kepada kalian semua.
6. Owner Say Story, Ibu Icha dan Bapak Rizky sebagai pemilik usaha minuman sekaligus atasan kerja saya yang sudah sangat baik selama penulis bekerja. Rekan-rekan kerja yang telah mendukung penulis selama melakukan penelitian di Say Story. Terima kasih atas segala bantuannya, semoga Tuhan melimpahkan rahmat dan rejeki kepada kita semua.
7. Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H. yang telah membimbing dan mengarahkan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada Bapak.

8. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis. Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan rahmat kepada Bapak/Ibu Dosen semua.
9. Seluruh pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan dukungan dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Terakhir tidak lupa, kepada diri saya sendiri Antonia Sagung Putu Dewi Andini. Terima kasih karena sudah berjuang tanpa henti demi meraih impian selama ini. Terima kasih telah bertahan sejauh ini dan selalu kuat menghadapi tantangan hidup yang tiada habisnya ini. Saya selalu bangga atas semua pencapaian yang saya dapat selama ini hingga dapat menyelesaikan sampai pada titik akhir di masa perkuliahan. Jangan sia-siakan doa dan usaha yang sudah diupayakan selama ini. Semoga Tuhan selalu menyertai langkah saya dan selalu yang terbaik yang terjadi di kehidupan saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan berkat melimpah, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi tepat waktu.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Promosi Media Sosial, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Minuman: Studi Kasus Say Story di Surakarta.”

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Aditya Lilian, S.M.B., M.M., selaku Ketua STIE Surakarta.
2. Bapak Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen STIE Surakarta.
3. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H., selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Senantiasa selalu mendukung dan memberikan motivasi serta bimbingan kepada penulis.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, serta seluruh Karyawan STIE Surakarta.
5. Bapak dan Ibu Pemilik Say Story serta seluruh konsumen Say Story di Surakarta.

6. Orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa.
7. Teman-teman Mahasiswa Studi STIE Surakarta Program Studi S1 Manajemen Angkatan 2022.
8. Selutuh Pihak yang telah membantu dan mendukung terselesaikannya Tugas Akhir Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga dapat memberikan kebermanfaatan bagi kita semua. Apabila terdapat salah kata dalam penyampaian penulis, mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Sukoharjo, 18 April 2026



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERNYATAAN.....	4
MOTTO.....	1
PERSEMBAHAN.....	2
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	7
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR LAMPIRAN.....	10
ABSTRAK	11
ABSTRACT	12
BAB I PENDAHULUAN	13
A. Latar Belakang Masalah	13
B. Rumusan Masalah	19
C. Tujuan Penelitian.....	19
D. Manfaat Penelitian.....	19
BAB II LANDASAN TEORI	22
A. Teori yang Relevan.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	32
C. Kerangka.....	33
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Objek Penelitian	37
B. Jenis Penelitian.....	37
C. Jenis dan Sumber Data.....	38
D. Populasi dan Sampel.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Definisi Operasional Variabel.....	43
G. Teknik Analisis Data	47
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
A. Identitas Responden.....	53

B. Analisis Data	57
C. Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	72
C. Keterbatasan Penelitian.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 2. Definisi Operasional.....	45
Tabel 3. Skala Likert.....	46
Tabel 4. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 5. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 6. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 7. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Media Sosial (PMS)	58
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (PH)	59
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (KP).....	59
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (KK)	60
Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 13. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	62
Tabel 14. Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 15. Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 16. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	65
Tabel 17. Hasil Uji t.....	67
Tabel 18. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Hasil Olah Data

A. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

2. Uji Reliabilitas

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

2. Uji Multikolinearitas

3. Uji Heteroskedastisitas

C. Uji Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Parsial (t)

D. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN USAHA MINUMAN: STUDI KASUS SAY STORY DI SURAKARTA, 2026

Industri makanan dan minuman, khususnya minuman seperti kopi dan teh yang berkembang pesat secara global dan di Indonesia yang didorong oleh urbanisasi, pendapatan kelas menengah, dan tren kesehatan serta kenyamanan. Persaingan ketat di industri minuman khususnya di kota Surakarta inilah yang menjadikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberlanjutan usaha, memengaruhi pembelian ulang, rekomendasi, dan loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, yaitu promosi media sosial, persepsi harga, dan kualitas pelayanan berdasarkan penilaian konsumen Say Story di Surakarta. Objek penelitian ini yaitu konsumen yang membeli produk minuman Say Story di Surakarta. Perolehan sampel data dengan cara menyebarkan kuesioner secara online maupun offline. Populasi berjumlah *infinite* atau tidak diketahui jumlahnya dengan sampel penelitian sebanyak 100 responden berdasarkan rumus *Hair et al.* Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan metode uji instrumen data, yaitu uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan program *IBM SPSS Statistic 22*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa promosi media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Promosi Media Sosial, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

THE EFFECTS OF SOCIAL MEDIA PROMOTIONS, PRICE PERCEPTION, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN THE BEVERAGE INDUSTRY: A CASE STUDY OF SAY STORY IN SURAKARTA, 2026

The food and beverage industry, particularly beverages such as coffee and tea, is growing rapidly both globally and in Indonesia, driven by urbanization, rising middle-class incomes, and trends toward health and convenience. Fierce competition in the beverage industry, particularly in the city of Surakarta, makes consumer satisfaction the key to business sustainability, influencing repeat purchases, recommendations, and loyalty. This study aims to determine the influence of factors related to consumer satisfaction—namely social media promotions, price perception, and service quality—based on consumer evaluations of Say Story in Surakarta. The research subjects are consumers who purchase Say Story beverage products in Surakarta. Data samples were collected by distributing questionnaires both online and offline. The population is infinite or of unknown size, with a sample size of 100 respondents based on the formula by Hair et al. The method used in this study is non-probability sampling with a purposive sampling approach. Data analysis used data instrument testing methods, namely classical assumption testing and hypothesis testing, with the assistance of IBM SPSS Statistics 22. The results of this study indicate that social media promotion does not have a significant effect on consumer satisfaction, price perception has a significant effect on consumer satisfaction, and service quality has a significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: Social Media Promotion, Price Perception, Service Quality, and Customer Satisfaction.