

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi kasus pada Toko Online Heymale.id)**

SKRIPSI

BAYU NUGROHO

21160000305



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(Studi kasus pada Toko Online Heymale.id)**

SKRIPSI

BAYU NUGROHO

21160000305



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGAIN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

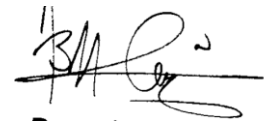
Saya menyatakan dengan sesungguhnya Karya Ilmiah dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi kasus Toko Online Heymale.id)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 14 Juli 2021



BAYU NUGROHO

NPK 2116000305

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi kasus Toko Online Heymale.id)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Indra Sakti SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai Karya Ilmiah di program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta

Jakarta, 14 Juli 2021

Menyetujui

Pembimbing,



Dr Indra Sakti SE.,MM

Mengetahui

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya BBA.,M.S

HALAMAN PENGESAHAN

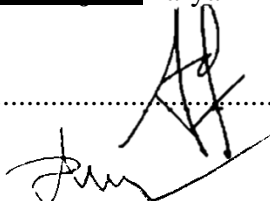



Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi kasus Toko Online Heymale.id)

Telah diuji dalam suatu sidang karya ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 14 Juli 2021 dengan nilai **A**.

Panitia Ujian Karya Ilmiah

- 1..........; Muhammad Ramaditya BBA.,M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
- 2..........; Dr. Indra Sakti SE., MM
(Pembimbing)
- 3..........; Dr. Engkur, S. IP, ME
(Anggota Penguji)
- 4..........; Joko Subagio Santoso, SE, MM
(Anggota Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

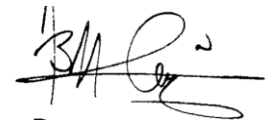
Karya Ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. Indra Sakti SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.
2. Ibu Dr. Engkur S. IP, ME dan Bapak selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Muhammad Ramaditya BBA,.M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Segenap dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini.
6. Pihak Toko Online Heymale.id, yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti lakukan
7. Kedua orangtua yang tak pernah putus memberikan doa, khususnya ibu dan bapak serta adik-adikku yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang membangkitkan saya untuk terus berjuang.

8. istri tercinta Qori Novitasari dan teman Warlan yang telah membantu dan telah mendukung agar tetap semangat selama ini.
9. Seluruh teman-teman STEI program Strata-1 Manajemen angkatan 2016 terima kasih untuk momen kebersamaan terbaik selama di STEI.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan / kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan karya ilmiah ini.

Jakarta, 14 Juli 2021



BAYU NUGROHO

NPK 21160000305

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bayu Nugroho
NPM : 21160000305
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Study kasus Toko Online Heymale.id)

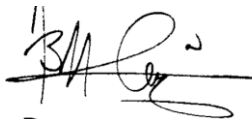
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Juli 2021

Yang menyatakan,



BAYU NUGROHO

Bayu Nugroho

21160000305

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:

Dr. Indra Sakti SE,MM

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi kasus toko online Heymale.id)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada followers toko online brand lokal. Dimana kepuasan konsumen sebagai variabel dependen, sedangkan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga sebagai variabel independen.

Populasi dalam penelitian ini ialah followers Instagram pada toko online Heymale.id. Penelitian ini menggunakan metode survey analisis kuantitatif. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sebanyak 97 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purpose sampling. Metode analisis data adalah uji validitas, uji realibilitas, analisis regresi berganda, koefisien determinasi (KD), uji t, uji f dengan menggunakan SPSS versi 26.00.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Online Heymale.id. Sedangkan, secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Online Heymale.id. Pada penelitian ini variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen

Bayu Nugroho
21160000305
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Dr. Indra Sakti SE,MM

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND
PRICE-PERCEPTIONS ON CONSUMER SATISFACTION
(Case Studies at online shops heymale.id)**

ABSTRACT

The study aims to identify factors influencing the consumer satisfaction of the followers of local brand online stores. Where consumer satisfaction as a dependent variable, whereas the quality of the product, the quality of service, and the perception of the price as independent variables.

The population in this study follows Instagram the online store heymale. The study employs a quantitative analysis survey. Data collection using a questionnaire from 97 respondents. The sampling technique used is the purpose sampling. Data analysis methods are validation tests, realification tests, multiple regression analysis, coefficient determinations (kd), test t, test f using version 26.00 SPSS.

The results of the study prove that partially product quality, service quality and price perception have a significant effect on consumer satisfaction at the Heymale.id Online Store. Meanwhile, simultaneously product quality, service quality and price perception simultaneously affect consumer satisfaction at the Heymale.id Online Store. In this study, the Product Quality variable has the most dominant influence on the Consumer Satisfaction variable.

Keywords: Product quality, service quality, price perception, consumer satisfaction

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Riview Hasil – hasil Penelitian Terdahulu.....	7
Penelitian Kedelapan	15
2.2 Landasan Teori	22
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	22
2.2.1.1 Stanton dalam Tambajong (2013:1293).....	23
2.2.1.2 Kotler dan Amstrong (2012:29)	23
2.2.1.3 Dayle dalam Sudaryono (2016:41).....	23
2.2.1.4 Melydrum dalam Sudaryono (2016:41)	23
2.2.2 Pemasaran Internet.....	24
2.2.3 <i>Online shop</i>	24
2.2.4 Konsep Pemasaran.....	25
2.2.4.1 Sudaryono (2016:43-49).....	25

2.2.4.2	Swastha dalam Hartono (2012:885)	26
2.2.5	Bauran Pemasaran.....	27
2.2.6	Manajemen Pemasaran	28
2.2.6.1	Kotler dan Amstrong (30:2014)	29
2.2.6.2	Keller dan Kotler (27:2016)	29
2.2.6.3	Buchari Alma (289 : 2013).....	30
2.2.7	Produk.....	30
2.2.8	Kualitas Produk	31
2.2.9	Persepsi Kualitas Produk	31
2.2.10	Indikator Kualitas Produk.....	33
2.2.11	Harga.....	34
2.2.12	Strategi dalam Penetapan Harga.....	34
2.2.13	Harga Indikator Harga	36
2.2.14	Kualitas Pelayanan	37
2.2.15	Manfaat Kualitas Pelayanan.....	38
2.2.16	Dimensi dan Indikator.....	39
2.2.17	Kepuasan Konsumen	41
2.2.18	Indikator Kepuasan Konsumen	43
2.3	Hubungan Antar Variabel Hubungan antar Variabel.....	44
2.3.1	pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen.....	44
2.3.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	44
2.3.3	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	44
2.4	Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	45
2.5	Kerangka Konseptual Penelitian.....	46
BAB III.....		48
METODE PENELITIAN.....		48
3.1	Strategi Penelitian.....	48
3.2	Populasi dan Sampel.....	48
3.2.1	Populasi penelitian	48
3.2.2	Sampel Penelitian.....	48
3.3	Data dan Metode Pengumpulan Data	50
3.4	Operasional Variabel.....	51

3.4.1	Variabel Terikat.....	52
3.4.2	Variabel Terikat (Y = Dependent Variabel).....	52
3.4.3	Variabel Bebas (X = Independent Variabel)	52
3.5	Metode Analisis Data	57
3.5.1	Metode Pengolahan Data.....	58
3.5.2	Metode Penyajian Data	58
3.5.3	Instrumen Penelitian.....	58
3.5.4	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	59
3.5.5	Pengujian Hipotesis.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	63
4.1.1	Profil Perusahaan.....	63
4.2	Deskripsi Responden	65
4.3	Deskripsi Data	66
4.3.1	Analisis Kualitas Produk (X1)	66
4.3.2	Analisis Kualitas Pelayanan (X2)	67
4.3.3	Analisis Persepsi Harga (X3)	68
4.3.4	Analisis Kepuasan Konsumen (Y)	68
4.4	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	69
4.4.1	Uji Validitas.....	69
4.4.2	Uji Reliabilitas	74
4.5	Analisis Statistik Data.....	75
4.5.1	Uji Koefisien Determinasi	75
4.5.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	76
4.5.3	Pengujian Hipotesis (uji F).....	78
4.6	Pembahasan Hasil Analisis Data	78
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	79
4.6.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). 80	
4.6.3	Pengaruh Persepsi Harga (X3) terhadap Keputusan Konsumen (Y)	81
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Persepsi Harga (X3) terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y).	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		83

5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran	84
5.3 Keterbatasan Penelitian	84
DAFTAR REFERENSI	85
DAFTAR LAMPIRAN	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2. Objek Penelitian (Heymale.id)	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	47
Gambar 4.1 Logo Brand Heymale.id	63
Gambar 4.2 Produk Brand Heymale.id	64
Gambar 4.3 Bahan Baku Brand Heymale.id	65
Gambar 4.7. Diagram skala Likert variabel Kualitas Produk	67
Gambar 4.8. Diagram skala likert variabel Kualitas Pelayanan	67
Gambar 4.9. Diagram skala Likert variabel Persepsi Harga	68
Gambar 5.0. Diagram.skala likert variabel Kepuasan Konsumen	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Instagram 2020	3
Tabel 1.1 Data Pengguna Instagram 2020	3
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Nilai jawaban kuesioner.....	52
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel.....	53
Tabel 4.1. Validitas instrument untuk variabel Kualitas Produk (X1).....	71
Tabel 4.2. Validitas instrument untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	72
Tabel 4.3. Validitas instrument untuk variabel Persepsi Harga (X3)	73
Tabel 4.4. Validitas instrument untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y)	74
Tabel 4.5. Hasil uji reliabilitas instrumen variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Persepsi Harga (X3), dan Kepuasan Konsumen (Y)	75
Tabel 4.6. Hasil uji simultan Variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Persepsi Harga (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen(Y) 76	76
Tabel 4.7. Hasil uji-t antara Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Persepsi Harga (X3) terhadap variabel dependen kepuasan Konsumen (Y)	77
Tabel 4.8. Hasil Hipotesis secara Simultan (uji F) antara Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Persepsi Harga (X3) terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y)	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.	87
Lampiran 2. Tabulasi Untuk Variabel Kualitas Produk (X1).....	95
Lampiran 3. Tabulasi Untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	98
Lampiran 4. Tabulasi Untuk Variabel Persepsi Harga (X3).....	101
Lampiran 5. Tabulasi Untuk Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	104
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	107
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	108
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X3)	109
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	111
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	113
Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2). 113	
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga (X3).....	113
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) 113	
Lampiran 14. Hasil Uji T dan Uji F.....	114
Lampiran 15. Daftar Riwayat Hidup	115