



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MIE AYAM OPLOSAN KEDAI SHOIMAH**

TESIS

Shoimatul Ishmah

55111120200

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2014



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MIE AYAM OPLOSAN KEDAI SHOIMAH**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

Shoimatul Ishmah

55111120200

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2014

PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Konsumen Mie Ayam Oplosan Kedai Shoimah

Bentuk Tesis : Riset

Nama : Shoimatul Ishmah

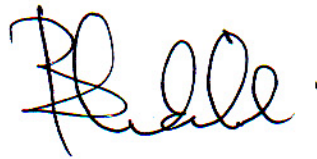
NIM : 55111120200

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 20 Februari 2015

Mengesahkan

Pembimbing Utama




(Dr. Baruna Hadibrata, SE., MM)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Augustina Kurniasih, ME)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mie Ayam Oplosan Kedai Shoimah

Bentuk Tesis : Riset

Nama : Shoimatul Ishmah

NIM : 55111120200

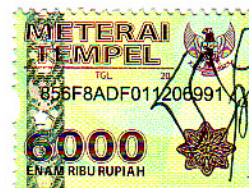
Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 06 September 2014

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 06 September 2014



(Shoimatul ismah)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Kuasa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mie Ayam Oplosan Kedai Shoimah”**. Tesis ini disusun guna menyelesaikan pendidikan S2 sebagai salah satu persyaratan pada Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunannya banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Baruna Hadibrata, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya dan membantu penulis sehingga Tesis ini dapat terselesaikan.
2. Segenap Staf Pengajar Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah bersedia membagi ilmunya kepada penulis.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Dosen Penguji Sidang Tesis.
4. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Ujian Sidang Tesis sekaligus Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini sebagai Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
6. Muhammad Miftahur Rizqi, SE suami tercinta yang selalu mendampingi serta memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.

7. Kedua orang tua tercinta, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan Tesis ini.
8. Seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan dan dorongan kepada penulis.
9. Teman-teman seperjuangan Prodi MM yang membantu dan memberikan inspirasi dalam penyelesaian Tesis.
10. Kepada Pimpinan Mie Ayam Oplosan Kedai Shoimah yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut serta seluruh karyawannya yang telah mendukung dalam penyelesaian Tesis ini.
11. Kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian Tesis ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa karya akhir ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak agar kekurangan yang ada bisa diperbaiki di masa yang akan datang. Semoga Tesis ini bermanfaat bagi penulis, perusahaan dan pembaca.

Jakarta, 06 September 2014



(Shoimatul Ishmah)

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGATAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	7
1.2.1. Identifikasi Masalah	7
1.2.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1. Maksud Penelitian	8
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan	10
2.2. Lingkup Bidang Usaha.....	11
2.3. Sumber Daya	11
2.4. Tantangan Bisnis Perusahaan.....	15
2.5. Proses Bisnis Perusahaan	17
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
3.1. Kajian Teori.....	18
3.1.1. Pengertian Pemasaran	18
3.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	19

3.1.3.	Kualitas Produk	20
3.1.3.1.	Definisi Kualitas Produk	20
3.1.3.2.	Dimensi Kualitas Produk	21
3.1.3.3.	Korelasi Antar Dimensi Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen.....	23
3.1.4.	Persepsi Harga.....	23
3.1.4.1.	Definisi Harga	24
3.1.4.2.	Definisi Persepsi Harga.....	24
3.1.4.3.	Dimensi Persepsi Harga	25
3.1.4.4.	Korelasi Antar Dimensi Persepsi Harga dan Kepuasan Konsumen.....	26
3.1.5.	Kualitas Pelayanan	27
3.1.5.1.	Definisi Kualitas Pelayanan	27
3.1.5.2.	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	28
3.1.5.3.	Korelasi Antar Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.....	30
3.1.6.	Kepuasan Konsumen.....	31
3.1.6.1.	Definisi Kepuasan Konsumen.....	31
3.1.6.2.	Elemen Kepuasan Konsumen.....	31
3.1.6.3.	Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	34
3.1.6.4.	Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	36
3.2.	Penelitian Terdahulu	37
3.3.	Kerangka Pemikiran.....	38
3.4.	Hipotesis.....	38

BAB IV. METODOLOGI PENELITIAN

4.1.	Jenis/Desain Penelitian.....	39
4.2.	Variabel Penelitian	40
4.2.1.	Definisi Konsep.....	40
4.2.2.	Definisi Operasional.....	40
4.3.	Populasi Dan Sampel Penelitian	42
4.3.1.	Populasi	42
4.3.2.	Sampel.....	42
4.4.	Jenis Dan Sumber Data	43
4.5.	Teknik Pengumpulan Data	43
4.6.	Metode Analisis Data	45
4.6.1.	Uji Coba Instrumen	45
4.6.1.1.	Validitas Instrumen	45
4.6.1.2.	Reliabilitas Instrumen	47
4.6.2.	Teknik Analisa Data.....	48
4.6.2.1.	Analisis Regresi.....	48
4.6.2.2.	Uji Asumsi Klasik	49
4.6.2.3.	Uji Hipotesis.....	51

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden	54
5.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
5.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	55
5.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
5.1.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
5.1.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	57
5.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	58
5.2.1. Hasil Pengujian Validitas	58
5.2.2. Hasil Pengujian Reliabilitas	60
5.3. Hasil Pengujian Normalitas Data Penelitian	60
5.4. Hasil Pengujian Asumsi Klasik	62
5.4.1. Hasil Pengujian Multikolinieritas	62
5.4.2. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	63
5.5. Hasil Pengujian Hipotesis	65
5.5.1. Hasil Pengujian Korelasi dan Determinasi	65
5.5.2. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	66
5.5.3. Hasil Pengujian Simultan (Uji F)	67
5.5.4. Hasil Pengujian Parsial (Uji T)	68
5.5.5. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	69
5.5.6. Hasil Pengujian Korelasi Antar Dimensi	71
5.6. Pembahasan Hasil Penelitian	72
5.6.1. Variabel Kualitas Produk	72
5.6.2. Variabel Persepsi Harga	73
5.6.3. Variabel Kualitas Pelayanan	73
5.7. Implikasi Hasil Penelitian Pada Perusahaan	73

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	74
6.2. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA	76
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	78
-----------------------	-----------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	94
-----------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1.	Data Penjualan Mie Ayam Oplosan Kedai Shoimah 3
Tabel 1.2.	Data Pengunjung Mie Ayam Oplosan Kedai Shoimah 4
Tabel 1.3.	Daftar Keluhan Konsumen Mie Ayam Oplosan Kedai Shoimah 5
Tabel 3.1.	Penelitian Terdahulu 37
Tabel 4.1.	Definisi Operasional..... 41
Tabel 4.2.	Matriks Korelasi Dimensi Antar Variabel (Bebas dan Terikat)..... 53
Tabel 5.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 54
Tabel 5.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur 55
Tabel 5.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 56
Tabel 5.4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan 57
Tabel 5.5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan 58
Tabel 5.6.	Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk (X_1) 59
Tabel 5.7.	Hasil Pengujian Validitas Harga (X_2) 59
Tabel 5.8.	Hasil Pengujian Validitas Kualitas Konsumen (X_3) 59
Tabel 5.9.	Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Konsumen (Y) 59
Tabel 5.10.	Hasil Pengujian Reliabilitas 60
Tabel 5.11.	Hasil Pengujian Normalitas Data Kolmogorov-Smirnov..... 62
Tabel 5.12.	Hasil Pengujian Multikolinieritas..... 63
Tabel 5.13.	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas..... 64
Tabel 5.14.	Korelasi Nilai R dan R Square 66
Tabel 5.15.	Interpretasi Koefisien Korelasi..... 66
Tabel 5.16.	Hasil Pengujian Simultan (Uji F) 67
Tabel 5.17.	Hasil Pengujian Parsial (Uji T) 68
Tabel 5.18.	Hasil Perhitungan Koefisien Regresi Linier Berganda 70
Tabel 5.19.	Matriks Korelasi Antar Dimensi 71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Struktur Organisasi Mie Ayam Oplosan Kedai Shoimah	12
Gambar 3.1. Korelasi Antar Dimensi Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen	23
Gambar 3.2. Korelasi Antar Dimensi Persepsi Harga Dan Kepuasan Konsumen.....	27
Gambar 3.3. Korelasi Antar Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen	30
Gambar 3.4. Model Penelitian	38
Gambar 5.1. Hasil Pengujian Normalitas Data Scatterplot.....	61
Gambar 5.2. Grafik Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Scatterplot.....	65



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian 78
Lampiran 2	Hasil Kuesioner 82
Lampiran 3	Hasil Pengujian Validitas 84
Lampiran 4	Hasil Pengujian Reliabilitas 86
Lampiran 5	Hasil Pengujian Normalitas 88
Lampiran 6	Hasil Pengujian Multikolinieritas 89
Lampiran 7	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas 89
Lampiran 8	Hasil Pengujian Korelasi dan Determinasi 90
Lampiran 9	Hasil Pengujian Simultan (Uji F) 90
Lampiran 10	Hasil Pengujian Parsial (Uji T) 91
Lampiran 11	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda 91
Lampiran 12	Matrix Korelasi Antar Dimensi 92

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A