



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK
SERTA PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN CV. KEDAI KREASI DIGITAL**

KARYA AKHIR

Yayasan Universitas Mercu Buana	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Purwokerto	
Sumber	<i>Sumbangan</i>
Tanggal	<i>14/06/12</i>
No. Reg.	1. <i>TM 20794</i>
	2. <i>TM 51/12/012</i>

OLEH

NOVIANTO SUTRISNO

NIM: 55108120051

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

2011



**PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK
SERTA PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN CV. KEDAI KREASI DIGITAL**

KARYA AKHIR

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENYELESAIKAN
PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

OLEH

NOVIANTO SUTRISNO

NIM: 55108120051

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

2011

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik pelanggan dan apa saja yang berpengaruh dalam kepuasan pelanggan CV. Kedai Kreasi Digital, sebuah perusahaan yang bergerak dibidang merchandising.

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dengan analisis regresi dan korelasi. Pengambilan sampel jenuh pada populasi seluruh pelanggan dengan menggunakan metode *non probability sampling*.

Berdasarkan hasil yang didapat, yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan Kedai Digital adalah harga, diikuti kualitas pelayanan dan kualitas produk. Untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan, harga menjadi prioritas perusahaan untuk diperbaiki.

Kata kunci: kualitas produk, harga, kualitas pelayanan,kepuasan pelanggan

PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Serta Pelayanan
Terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Kedai Kreasi Digital

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Novianto Sutrisno

NIM : 55108120051

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 16 Agustus 2011

Mengesahkan :

Ketua Program Studi


Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS

Direktur Program Pascasarjana


Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing


Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini:

Judul : Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Serta Pelayanan
Terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Kedai Kreasi Digital

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Novianto Sutrisno

NIM : 55108120051

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 16 Agustus 2011

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Doesen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya Ilmiah 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, 16 Agustus 2011

Novianto Sutrisno

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, atas limpahan karunia serta rahmat-Nya sehingga karya akhir yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Serta Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Kedai Kreasi Digital”** ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Har Adi Basri, M.Ec, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing atas kesediaan dan kesabarannya dalam memberikan bimbingan dan ilmu kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.S, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, M.M, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Drs. Husein Umar, S.E., M.M., MBA selaku Dosen Penguji Sidang Akhir atas bimbingan dan saran-saran yang diberikan.
6. Ibu Dr. Rina Astini, S.E., M.E. selaku Ketua Ujian Sidang atas kritikan dan saran yang diberikan.
7. Para Dosen Pengajar dan Karyawan Universitas Mercu Buana yang banyak membantu dalam proses perkuliahan.

8. Kepada Keluarga Besar saya, Sugeng Sutrisno (Bapak), Emy Atasti (Ibu), Santi Trisnani, Trisna Budiyati, Agus Suryanto, atas segala cinta, doa, dan dukungan yang diberikan selama ini.
9. Sahabat-sahabat saya, teman di tempat kerja, anak-anak kosan Paseban Ceria, teman angkatan ke-13 MM UMB, teman-teman seperjuangan sidang akhir atas dukungan kalian dan kebersamaan.

Akhir kata, segala kritik dan saran penulis perlukan demi penyempurnaan karya akhir ini, semoga karya akhir ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jakarta, 16 Agustus 2011

Novianto Sutrisno

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan	7
2.2. Visi dan Misi Perusahaan	9
2.3. Produk	11
2.4. Proses Produksi	11
2.5. Struktur Organisasi	13
2.6. Sumber Daya	14
2.7. Tantangan Bisnis	15
2.8. Tindakan Dalam Peningkatan Kepuasan Pelanggan	16

BAB III KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN

DAN HIPOTESIS

3.1. Teori Pemasaran	17
3.2. Perilaku Konsumen	19
3.3. Proses Pengambilan Keputusan	23
3.4. Konsep Kepuasan Konsumen	25
3.5. Harapan dan Kepuasan Konsumen	28
3.6. Survei Kepuasan Konsumen	29
3.7. Kualitas Produk	30
3.8. Harga Produk	33
3.9. Kualitas Jasa/Layanan	36
3.10. Peningkatan Konsumen Merchandise Digital	38
3.11. Kajian Penelitian Terdahulu	39

3.12. Kerangka Pemikiran	40
3.13. Definisi Operasional	42
3.14. Hipotesis	43

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1. Sumber Data	44
4.2. Teknik Pengambilan Sampel	44
4.3. Populasi	45
4.4. Metode Pengambilan Sampel	45
4.5. Desain Kuesioner	46
4.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
4.7. Analisis Data	50

BAB V HASIL DAN ANALISIS DATA

5.1. Karakteristik Responden	56
5.2. Analisis Deskriptif Variabel	59
5.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	68
5.4. Analisis Jalur	71
5.5. Uji Koefisien Determinasi	74
5.6. Uji Multikolonieritas	74
5.7. Uji Autokorelasi	75
5.8. Uji Normalitas	75
5.9. Uji F	76
5.10. Uji T	77

5.11. Analisis Korelasi	79
5.12. Diagram Jalur	81
5.13. Pembahasan Tiap Variabel	83
5.14. Matrik Korelasi Per Dimensi	86
 BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
6.1. Kesimpulan	90
6.2. Rekomendasi	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95
RIWAYAT HIDUP	104

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Kajian Penelitian Terdahulu	39
Tabel 4.1	Pengambilan Keputusan Autokorelasi.....	52
Tabel 5.1	Karakteristik Responden	56
Tabel 5.2	Persepsi Responden Atas Kualitas Produk	59
Tabel 5.3	Persepsi Responden Atas Harga Produk	61
Tabel 5.4	Persepsi Responden Atas Kualitas Pelayanan	63
Tabel 5.5	Persepsi Responden Atas Kepuasan Pelanggan	65
Tabel 5.6	Descriptive Statistics	67
Tabel 5.7	Hasil Pengujian Validitas	69
Tabel 5.8	Summary – Model 1	71
Tabel 5.9	Anova – Model 1	71
Tabel 5.10	Coefficients – Model 1	71
Tabel 5.11	Summary – Model 2	73
Tabel 5.12	Anova – Model 2	73
Tabel 5.13	Coefficients – Model 2	73
Tabel 5.14	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	76
Tabel 5.15	Hasil Correlations	79
Tabel 5.16	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	79

Tabel 5.17	Matrik Korelasi Per Dimensi	86
Tabel 5.18	Matrik Korelasi Antara Kualitas Dan Harga	88
Tabel 5.19	Matrik Korelasi Antara Harga Dan Pelayanan	88
Tabel 5.20	Matrik Korelasi Antara Kualitas Dan Pelayanan	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Struktur Organisasi	14
Gambar 3.1	Tahapan Generik Proses Pembuatan Keputusan Konsumen	23
Gambar 3.2	Model Proses Pasca Pembelian Konsumen	25
Gambar 3.3	Konsep Kepuasan Konsumen	26
Gambar 3.4	Kerangka Pemikiran	40
Gambar 3.5	Diagram Jalur.....	41
Gambar 5.1	Diagram Jalur Antara X2 Dan X3 Terhadap Y	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	95
Lampiran 2	Hasil Tabulasi Data	97
Lampiran 3	Hasil Perhitungan Menggunakan SPSS 16	101