

**Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas
Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

SKRIPSI



Nama : Marsa Naufal Nadhmi
Nim : 43115010083

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Marsa Naufal Nadhmi

Nim : 43115010083

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

September
Jakarta, Juli 2020



Marsa Naufal Nadhmi

Nim 43115010083

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Marsa Naufal Nadhmi
NIM : 43115010083
Program Studi : S-1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Karsai Furniture
Tanggal Lulus Ujian : 24 September 2020

Disahkan Oleh :

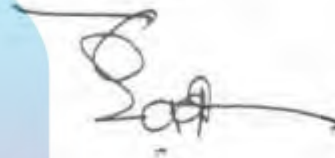
Dosen Pembimbing



Dr. Zulfitri MS. MM

Tanggal : 14 Oktober 2020

Ketua Penguji



Magito S.E MM

Tanggal : 12 Oktober 2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Harnovinsah, Ak., MSI., CIPSAS., CRS

Tanggal :



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal :

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Kansai Furniture. Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli produk Kansai Furniture. Penelitian ini dilakukan terhadap 205 responden, dihitung berdasarkan rumus Hair *et al.* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah tehnik PLS (*Partial Least Square*) melalui *software* statistik SmartPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kansai furniture.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kansai Furniture.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price perception, product quality, service quality on customer satisfaction in the Kansai Furniture company. Respondents in this study are consumers who have already purchased Kansai Furniture products. This research was conducted on 205 respondents, calculated based on the formula Hair et al. Using a quantitative approach. Analysis of the data used is the PLS (Partial Least Square) technique through SmartPLS 3. The results of this study indicate that the attraction test Price Perception, Product Quality, Service Quality to Kansai Furniture Consumer Satisfaction.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Service Quality, Kansai Furniture.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisa Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Dr. Zulfitri MS, MM. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat kepada penulis. bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karna itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua telah pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama pada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen SI Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Zulfitri MS, MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat – nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Para Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

6. Seluruh teman-teman Manajemen SI FEB UMB angkatan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita dan tetap bisa berjumpa lagi di lain waktu.
7. Kedua Orang Tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis selalu berusaha memperbaiki diri dan mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, September 2020

Marsa Naufal Nadhmi

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	I
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
2. Kepuasan Konsumen.....	11
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	12
b. Dimensi Kepuasan Konsumen.....	12
3. Persepsi Harga.....	13
a. Pengertian Persepsi Harga.....	13

b. Dimensi Persepsi Harga.....	13
c. Indikator Persepsi Harga.....	13
4. Kualitas Produk.....	14
a. Pengertian Kualitas Produk.....	14
b. Dimensi Kualitas Produk.....	15
5. Kualitas Pelayanan.....	16
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	16
b. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	17
6. Penelitian Terdahulu.....	19
B. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis.....	19
1. Hubungan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	24
2. Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	24
3. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
B. Desain Penelitian.....	25
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	25
1. Definisi Variabel Penelitian.....	26
2. Operasional Variabel.....	26
D. Skala Pengukuran.....	27
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
1. Populasi.....	29

2. Sampel.....	29
3. Teknik Sampling.....	30
F. Teknik Pengumpulan Data.....	30
G. Metode Analisis Data.....	31
1. Analisis Deskriptif.....	31
2. Uji Instrumen.....	31
3. Analisis Partial Least Square.....	37
a. Pengertian Partial Least Square.....	37
b. Menguji Model Pengukuran (Outer Model)	37
c. Menguji Model Struktural (Inner Model)	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Analisis Deskriptif.....	40
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	40
2, Deskriptif Responden.....	40
3. Deskriptif Variabel.....	43
B. Analisis <i>Partial Least Square</i>	40
1. Evaluasi Measurement (Outer Model).....	47
2. Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	47
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	50
1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	50
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	57
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	57

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. Simpulan.....	58
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Pertumbuhan Ekonomi Dunia.....	2
Gambar 1.2	Pertumbuhan Ekonomi Indonesia.....	3
Gambar 1.3	Data Penjualan.....	4
Gambar 2.1	Rerangka Konseptual.....	20
Gambar 4.1	Hasil Algorithm PLS.....	42
Gambar 4.2	Hasil Algorithm PLS (modifikasi).....	44



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Pra Survei.....	5
Tabel 1.2	Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.2	Skoring Pernyataan.....	28
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 4.2	Usia Responden.....	36
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden.....	37
Tabel 4.4	Pendapatan Responden.....	37
Tabel 4.5	Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	38
Tabel 4.6	Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	38
Tabel 4.7	Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	39
Tabel 4.8	Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	40
Tabel 4.9	Hasil Uji Construct <i>Reability and Validity</i>	43
Tabel 4.10	Hasil Construct <i>Reability and Validity</i> (modifikasi).....	44
Tabel 4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross loading)</i>	45
Tabel 4.12	Hasil Pengujian (<i>Fornell Larcker Critection</i>).....	46
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	46
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>R-Square</i>	47
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Hipotesis.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	56
Lampiran 2 : Karakteristik Responden.....	57
Lampiran 3 : Hasil Kuesioner.....	58
Lampiran 4 : Hasil Statistik Deskriptif.....	85
Lampiran 5 : Hasil Pengujian Measurement Model (Model Outer).....	85

