

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Kepuasan Pelanggan  
(Studi Kasus di Toko Hantaran Elektrik Karang Tengah)**

**SKRIPSI**



Nama : Wen Gidian Lestari

NIM : 43119010036

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

2024

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wen Gidian Lestari

NIM : 43119010036

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa proposal ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip hasil dari karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan proposal ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS Tangerang, 20 Juni 2022

MERCU BUANA



Wen Gidian Lestari

43119010036

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wen Gidian Lestari  
NIM : 43119010036  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Toko Hantaran Elektrik Karang Tengah)  
Tanggal Sidang : 6 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 03243642



Please Scan QRCode to Verify

## Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Hantaran Elektrik. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sampel yang dipergunakan sebanyak 195 responden pada Toko Hantaran Elektrik Karang Tengah dengan menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji *outer model* (*Convergent Validity, Discriminat Validity, Average Variance Extracted, Composite Reability*), Uji hipotesis *inner model* (*Nilai R square, Goodness of Fit Model, F square, Boostraping*). Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *Smart PLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Toko Hantaran Elektrik

## Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Hantaran Elektrik. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sampel yang dipergunakan sebanyak 195 responden pada Toko Hantaran Elektrik Karang Tengah dengan menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji *outer model* (*Convergent Validity, Discriminat Validity, Average Variance Extracted, Composite Reability*), Uji hipotesis *inner model* (*Nilai R square, Goodness of Fit Model, F square, Boostraping*). Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *Smart PLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Toko Hantaran Elektrik

## ***Abstract***

*Customer satisfaction is the level of consumer satisfaction after comparing the services or products received according to what was expected. These expectations are formed through their first experience in purchasing a good/service, comments from friends and acquaintances, as well as promises and information from marketers and competitors. Marketers who want to excel in competition must of course pay attention to customer expectations and customer satisfaction.*

*This research aims to test and analyze the influence of price, product quality, service quality on customer satisfaction at Electric Delivery Shops. The research method used in this research is a quantitative method. The sample used was 195 respondents at the Hantayaran Elektrik Karang Tengah Shop using data collection techniques using a questionnaire. Data analysis techniques used in this research include outer model testing (Convergent Validity, Discriminate Validity, Average Variance Extracted, Composite Reability), inner model hypothesis testing (R square value, Goodness of Fit Model, F square, Bootstrapping). The data analysis tool used in this research is the Structural Equation Model (SEM) with the Smart PLS 3.0 analysis tool. The results of this research show that the influence of product quality, price and service quality has a significant positive effect on customer satisfaction.*

*Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Toko Hantaran Elektrik*

## ***Abstract***

*Customer satisfaction is the level of consumer satisfaction after comparing the services or products received according to what was expected. These expectations are formed through their first experience in purchasing a good/service, comments from friends and acquaintances, as well as promises and information from marketers and competitors. Marketers who want to excel in competition must of course pay attention to customer expectations and customer satisfaction.*

*This research aims to test and analyze the influence of price, product quality, service quality on customer satisfaction at Electric Delivery Shops. The research method used in this research is a quantitative method. The sample used was 195 respondents at the Hantayaran Elektrik Karang Tengah Shop using data collection techniques using a questionnaire. Data analysis techniques used in this research include outer model testing (Convergent Validity, Discriminate Validity, Average Variance Extracted, Composite Reability), inner model hypothesis testing (R square value, Goodness of Fit Model, F square, Bootstrapping). The data analysis tool used in this research is the Structural Equation Model (SEM) with the Smart PLS 3.0 analysis tool. The results of this research show that the influence of product quality, price and service quality has a significant positive effect on customer satisfaction.*

*Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Toko Hantaran Elektrik*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia- Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Toko Hantaran Elektrik Karang tengah)**". Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan proposal penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada Almarhum Bapak Dr. Ir. Triyanto, MBA selaku dosen pembimbing dan Bapak Dr. Yanto Ramli, MM selaku dosen pembimbing pengganti yang telah memberikan bimbingan, saran, waktu, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah memberikan anugerah-Nya dan berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Muhyarsyah, SE., M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, P.hd selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Eri Marlapa, SE, MM., Selaku Sekretaris I Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
6. Ibu Aldina Shiratina, SE., M.Si., Dr selaku Dosen Metodologi Penelitian Pemasaran Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan



Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmu yang dimiliki untuk diberikan kepada kami.

8. Teristimewa, kedua orang tua tercinta Bapak Rohman dan Ibu Etik Sukaesih serta keluarga besar yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan yang tiada henti-hentinya kepada peneliti.
9. Sahabat seperjuangan Rifky Fauzi yang telah membantu dan memberikan semangat serta dukungan kepada peneliti.
10. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2019 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
11. Kepada pelanggan Toko Hantaran Elektrik yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
12. Saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri karena sudah percaya bahwa saya bisa melakukan tanggung jawab ini, saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri karena sudah melakukan semua kerja keras ini, saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri karena tidak memiliki hari libur, saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri karena tidak pernah berhenti untuk berjuang dan telah menjadi siri sendiri.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan pada penelitian ini.

Tangerang, 20 Mei 2022

Wen Gidian Lestari

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kontribusi Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>12</b>
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
2. Kepuasan Pelanggan.....	14
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	14
b. Tujuan Kepuasan Pelanggan.....	14
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	15
d. Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan.....	15
3. Kualitas Produk.....	17
a. Pengertian Kualitas Produk.....	17
b. Tujuan Kualitas Produk.....	18
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	18
d. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	20
4. Harga.....	21
a. Pengertian Harga.....	21
b. Tujuan Penetapan Harga.....	22
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga.....	23
d. Dimensi dan Indikator Harga.....	23
5. Kualitas Pelayanan.....	24
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	24
b. Tujuan Kualitas Pelayanan.....	26
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	26
d. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan.....	27
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Pengembangan Hipotesis.....	35
D. Kerangka Pemikiran.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	37

B. Desain Penelitian.....	37
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	38
1. Definisi Variabel .....	38
2. Operasional Variabel.....	39
D. Skala Pengukuran Variabel.....	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	42
1. Populasi .....	42
2. Sampel.....	43
F. Metode Pengumpulan Data .....	44
1. Cara Mengumpulkan Data .....	44
2. Teknik Pengumpulan Data .....	45
G. Metode Analisis Data.....	45
1. Uji Statistik Deskriptif .....	46
2. Uji Model Pengukuran atau Outer Model .....	46
a. <i>Convergent Validity</i> .....	46
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	47
c. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	47
d. <i>Composite Reliability</i> .....	47
3. Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i> .....	48
a. <i>R-Square</i> .....	48
b. <i>Goodness of Fit Model</i> .....	48
c. <i>F-Square</i> .....	49
d. <i>Estimate For Path Coefficients</i> .....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum Toko Hantaran Elektrik .....	50
B. Statistik Deskriptif .....	50
1. Deskriptif Karakteristik Responden .....	50
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	51
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	52
2. Deskriptif Variabel.....	52
a. Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	52
b. Deskripsi Variabel Harga .....	54
c. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan .....	55
d. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	56
C. Metode Analisis Data.....	58
1. Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i> .....	59
a. <i>Convergent Validity</i> .....	59
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	64
c. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	66
d. <i>Composite Reliability</i> .....	67
2. Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i> .....	68
a. <i>R-Square</i> .....	68
b. <i>Goodness of Fit Model</i> .....	69
c. <i>F-Square</i> .....	70

d. <i>Estimate for Path Coefficients</i> .....	70
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	73
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	74
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	75
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>76</b>
A. Simpulan .....	76
B. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>83</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Konsumen Toko Hantaran Elektrik 2021 .....	5
Tabel 1.2 Kuesioner Pra Survei.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1 Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan.....	40
Tabel 3.1 Operasional Variabel Kualitas Produk.....	40
Tabel 3.1 Operasional Variabel Harga .....	41
Tabel 3.1 Operasional Variabel Kualitas Pelayanan .....	41
Tabel 3.5 Skala Likert.....	42
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan usia.....	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	52
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Harga .....	54
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan .....	55
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	56
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	61
Tabel 4.9 Hasil Modifikasi Uji <i>Convergent Validity</i> .....	63
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	64
Tabel 4.11 Hasil Pengujian AVE .....	66
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> .....	67
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> .....	67
Tabel 4.14 Nilai <i>R-Square</i> Variabel Endogen.....	68
Tabel 4.15 Hasil Nilai <i>Goodness of Fit</i> .....	69
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>F-Square</i> .....	70
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah (UMKM) Indonesia .....	1
Gambar 1.2 Toko Hantaran Elektrik .....	4
Gambar 1.3 Toko Hantaran Elektrik .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	36
Gambar 4.1 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	60
Gambar 4.2 Hasil Modifikasi Uji <i>Convergent Validity</i> .....	62
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	71

