

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PT FESCONSULINDO INDONESIA**

SKRIPSI



**Oleh :
Shelly
140910143**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PT FESCONSULINDO INDONESIA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :
Shelly
140910143**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Shelly
NPM/NIP : 140910143
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen Bisnis

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT FESCONSULINDO INDONESIA”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah “Skripsi” ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah “skripsi” ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah “skripsi” ini digugurkan dan “gelar” yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 3 Februari 2018



Shelly

1409130143

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PT FES CONSULINDO INDONESIA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Shelly
140910143**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 3Februari 2018

Raymond, S.E., M.Sc.

Pembimbing

ABSTRAK

Pada dasarnya manusia sebagai konsumen membeli barang dan jasa adalah untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan hidup. Hal ini berarti konsumen tidak hanya membeli produk atau barangnya saja, akan tetapi yang dibeli adalah manfaat atau kegunaan dari produk tersebut. Sebuah perusahaan berpotensi meningkatkan pangsa pasar melalui pemenuhan tingkat kualitas pelayanan pelanggan. Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan. Untuk mencapai kepuasan konsumen, maka sangatlah dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik dan harga yang sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen di PT Fesconsulindo Indonesia selama tahun 2016 yang berjumlah 1690 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*, dimana pengambilan sampel ini memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, sampel dihitung dengan menggunakan rumus *slovin* dengan taraf kesalahan 10% dan mendapatkan hasil 100 responden dan 100 responden tersebut yang akan digunakan menjadi sampel dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Data yang telah terkumpul dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan alat hitung SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 21. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil uji *t*, diketahui bahwa untuk variabel bebas yaitu kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji *F* sebesar 20,772 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari nilai α 0,05 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci :Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Basically human as a consumer to buy goods and services is to satisfy the wants and needs of life. This means that consumers not only buy products or goods, but purchased is the benefit or usefulness of the product. A company has the potential to increase market share through the fulfillment of customer service quality level. Quality of service starts from customer needs and ends with satisfaction. To achieve customer satisfaction, then it is necessary dibutukan good service quality and price accordingly. This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction. In this study the population is all consumers in PT Fesconsulindo Indonesia during the year 2016 which amounted to 1690 people. The sampling technique used in this study is Probability Sampling, where sampling gives equal opportunity for every element of population to be selected as sample member, the sample is calculated by using slovin formula with 10% error rate and get 100 respondents and 100 respondents will be used as a sample in this study. Data collection techniques in this study using questionnaires. The data that have been collected in this research is analyzed by using multiple linear regression analysis with SPSS (Statistic Product and Service Solution) version 21 calculation tool. The result of this research shows that from the result of t test, it is known that for independent variable that is the service quality influences significant to customer satisfaction, and price significantly influence to consumer satisfaction. F test results of 20.772 greater than Ftable of 3.09 with a significance value of 0,000 smaller than the value of α 0.05 indicates that the variable quality of service and price affects customer satisfaction.

Key words :quality of service, price, customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Bapak Raymond, S.E., M.Sc. selaku pembimbing skripsi yang sudah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis;
6. Bapak Jony Hermanto selaku HRD PT Fes Consulindo Indonesia yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian diperusahaan;
7. Seluruh konsumen PT Fes Consulindo Indonesia yang sudah bekerja sama dalam pengumpulan data untuk keperluan skripsi;
8. Kedua orang tua yang sudah memberikan nasihat, doa, serta dukungan kepada penulis;
9. Teman-teman seperjuangan yang sudah memberikan masukan dan semangat dalam penulisan skripsi;
10. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 3 Februari 2018

Shelly
140910143

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	7
1.6. Manfaat Penelitian.....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 9
2.1. Teori Dasar	9
2.1.1. <i>Grand Theory</i>	9
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	9
2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....	10
2.1.2. <i>Middle Theory</i>	11
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.2.2 Fungsi Pemasaran	12
2.1.3. <i>Applied Theory</i>	13
2.1.3.1 Kepuasan Konsumen	13
2.1.3.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.3.1.2. Indikator Kepuasan Konsumen	13
2.1.3.2 Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.3.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.3.2.2. Indikator Kualitas Pelayanan	15
2.1.3.2.3. Pengertian Harga.....	15
2.1.3.2.4. Indikator Harga	16
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
2.3. Kerangka Berpikir	19
2.4. Hipotesis Penelitian	19
 BAB III METODOLOGI.....	 21
3.1. Desain Penelitian	21
3.2. Operasional Variabel	21

3.2.1.	Kepuasan Konsumen	21
3.2.2.	Kualitas Pelayanan.....	23
3.2.3.	Harga.....	24
3.3.	Populasi & Sampel	26
3.3.1.	Populasi.....	26
3.3.2.	Sampel.....	27
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	28
3.5.	Alat Pengumpulan Data.....	29
3.6.	Metode Analisis Data	29
3.6.1.	Statistik Deskriptif	29
3.6.2.	Uji Kualitas Data.....	30
3.6.2.1	Uji Validitas	30
3.6.2.2	Uji Reliabilitas	31
3.6.3.	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	32
3.6.3.1.1.	Uji Kolmogorov – Smirnov	33
3.6.3.2	Uji Multikolinieritas.....	33
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.6.4.	Uji Pengaruh	34
3.6.4.1	Uji Regresi Linier Berganda	34
3.6.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	35
3.6.5.	Uji Hipotesis	35
3.6.5.1	Uji T	36
3.6.5.2	Uji F	37
3.7.	Lokasi & Jadwal Penelitian	38
3.7.1.	Lokasi.....	38
3.7.2.	Jadwal Penelitian	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1.	Profil Responden	39
4.1.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.1.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia	40
4.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	42
4.1.4.	Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Jasa	43
4.2.	Hasil Penelitian.....	45
4.2.1.	Analisis Deskriptif	45
4.2.1.1	Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	45
4.2.1.2	Deskriptif Variabel Harga (X2)	51
4.2.1.3	Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	53
4.2.1.4	Statistik Deskriptif	57
4.2.2.	Uji Kualitas Data.....	58
4.2.2.1	Hasil Uji Validitas.....	58
4.2.2.2	Hasil Uji Reliabilitas Data	62
4.2.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	63
4.2.3.1	Hasil Uji Normalitas	63
4.2.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas	64

4.2.3.3	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	65
4.2.4.	Hasil Uji Pengaruh.....	66
4.2.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.2.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	68
4.2.5.	Hasil Uji Hipotesis	69
4.2.5.1	Uji T	69
4.2.5.2	Uji F	70
4.3.	Pembahasan	71
4.3.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
4.3.2.	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
4.3.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen ..	73
		73
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1.	Simpulan.....	75
5.2.	Saran	75
	DAFTAR PUSTAKA	77
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	25
Tabel 3.2 Skala Likert	29
Tabel 3.3 Indeks Koefisien Reliabilitas	32
Tabel 3.4 Waktu Penelitian	38
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	42
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Jasa	43
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner X1_1	45
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner X1_2	46
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner X1_3	46
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner X1_4	47
Tabel 4.9 Hasil Kuesioner X1_5	47
Tabel 4.10 Hasil Kuesioner X1_6	48
Tabel 4.11 Hasil Kuesioner X1_7	48
Tabel 4.12 Hasil Kuesioner X1_8	49
Tabel 4.13 Hasil Kuesioner X1_9	49
Tabel 4.14 Hasil Kuesioner X1_10	50
Tabel 4.15 Hasil Kuesioner X1_11	50
Tabel 4.16 Hasil Kuesioner X2_1	51
Tabel 4.17 Hasil Kuesioner X2_2	51
Tabel 4.18 Hasil Kuesioner X2_3	52
Tabel 4.19 Hasil Kuesioner X2_4	52
Tabel 4.20 Hasil Kuesioner X2_5	53
Tabel 4.21 Hasil Kuesioner Y1_1	53
Tabel 4.22 Hasil Kuesioner Y1_2	54
Tabel 4.23 Hasil Kuesioner Y1_3	54
Tabel 4.24 Hasil Kuesioner Y1_4	55
Tabel 4.25 Hasil Kuesioner Y1_5	55
Tabel 4.26 Hasil Kuesioner Y1_6	56
Tabel 4.27 Hasil Kuesioner Y1_7	56
Tabel 4.28 Hasil Statistik Deskriptif	57
Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	59
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Harga	60
Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	61
Tabel 4.32 Indeks Koefisien Reliabilitas	62
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas	62

Tabel 4.34 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	63
Tabel 4.35 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.36 Hasil Uji Heterokedastisitas	65
Tabel 4.37 <i>Coefficients</i>	67
Tabel 4.38 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	68
Tabel 4.39 Hasil Uji t	69
Tabel 4.40 Hasil Uji F	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Konsumen PT Fesconsulindo Indonesia	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	19
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	41
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan	43
Gambar 4.4 Data Responden Lama Penggunaan Jasa.....	44

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Slovin	28
Rumus 3.2 Koefisien Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	30
Rumus 3.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda.....	34
Rumus 3.5 Uji F	37