

**PENGARUH HARGA BARANG DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN *TUPPERWARE* DI
BATU AJI BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Pegi Kamel Fareli
140910269**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH HARGA BARANG DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN *TUPPERWARE* DI
BATU AJI BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Pegi Kamel fareli**

140910269

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Pegi Kamel fareli

NPM/NIP : 140910269

Fakultas : Bisnis.

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi.**” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Harga Barang Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tupperware Di Batu Aji Batam.

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 akademik 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, 07 Februari 2018

Yang membuat pernyataan,

Materai 6000

Pegi Kamel Fareli

140910269

**PENGARUH HARGA BARANG DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN *TUPPERWARE* DI
BATU AJI BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Pegi Kamel Fareli**

140910269

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

Batam, 07 Februari 2018

**Hendri Herman, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Dunia pemasaran tidak pernah terhindar dari namanya persaingan, salah satu syarat yang perlu dilakukan perusahaan untuk mencapai sukses dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah dengan cara menciptakan dan mempertahankan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga barang dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Tupperware* di Batu Aji Batam. Populasi dalam penelitian ini adalah semua member *Tupperware* di Batu Aji. sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 104 orang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode analisis uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji T) variabel harga barang berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen *Tupperware* di Batu Aji Batam sebesar 2.992, dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuaskonsumen *Tupperware* di Batu Aji Batam sebesar 1.022. Selanjutnya, secara simultan (uji F) variabel harga barang dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 9.314. Dan koefisien determinasi (*adjusted R*²) yang diperoleh adalah 0.139% yang berarti kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel harga barang dan kaulitas produk sedangkan sisanya yaitu 86,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan yaitu harga barang dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Tupperware* di Batu Aji Batam.

Kata kunci: Harga Barang, Kualitas Produk, Konsumen

ABSTRACT

The world of marketing has never avoided the name of competition, one of the conditions that companies need to do to achieve success in this increasingly fierce competition is by creating and retaining consumers. This study aims to determine the effect of product prices and product quality on customer satisfaction Tupperware in Batu Aji Batam. The population in this study were all members of Tupperware in Batu Aji. the sample used in this study amounted to 104 people. This type of research is quantitative research. This research uses multiple linier regression analysis method. The results showed that partially (T test) the variable of goods price had a significant positive effect to Tupperware consumer satisfaction in Batu Aji Batam for 2,992, and the product quality positively influenced Tupperware consumer satisfaction in Batu Aji Batam for 1,022. Furthermore, simultaneously (F test) variable price of goods and product quality have a significant positive effect on customer satisfaction of 9.314. And the coefficient of determination (adjusted R²) obtained is 0.139% which means customer satisfaction can be explained by the variable price of goods and product quality while the remaining 86.1% is explained by other variables not examined in this study. From the research results obtained conclusion that the price of goods and product quality to customer satisfaction Tupperware in Batu Aji Batam.

Keywords: *Goods Price, Product Quality, Consumer*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak sehingga memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu dengan segenap kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elvi Husda, S.Kom, M.SI.
2. Dekan fakultas bisnis Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M
3. Ketua program studi manajemen Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si
4. Bapak Hendri Herman, .S.E., M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia memberikan masukan dan nasehat kepada penulis.
5. Dosen dan seluruh staf Universitas Putera Batam
6. Kepada Ibu Busro, Bapak Syamsudi dan seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, bantuan dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
7. Ibu Sri Uli Indrayana, S.Sos selaku *Office Manager* yang telah mengizinkan melakukan penelitian.

8. Spesial thank untuk Ibu Esti, Ibu Rita, Putri wulandari, Wella Panca Octavia, Gamita salendra, Edo, Moyo, Agung, Indah, Medy, terima kasih atas dorongan semangat, tawa canda dan kebersamaan yang tidak terlupakan.
9. Teman-teman sebimbingan dan seangkatan selaku sahabat seperjuangan penulis yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
10. Para responden yang telah meluangkan segenap waktunya untuk mengisi dan memberikan pendapat pada kuesioner sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas segala bantuan baik moril maupun materil.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan, wawasan yang semakin luas bagi pembaca

Batam, 07 Februari 2018

Pegi Kamel Fareli

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang.....	1
1.2	Identifikasi Masalah	7
1.3	Batasan Masalah.....	7
1.4	Rumusan Masalah	8
1.5	Tujuan Penelitian.....	8
1.6	Manfaat Penelitian	9
1.6.1	Manfaat Secara Teoritis	9
1.6.2	Manfaat Secara Praktis	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Teori Dasar.....	11
2.1.1	Harga.....	11
2.1.1.1	Pengertian Harga	11
2.1.1.2	Prosedur Penetapan Harga	13
2.1.1.3	Strategi Penentuan Harga	15
2.1.1.4	Tujuan Penetapan Harga	16
2.1.1.5	Indikator Harga.....	17
2.1.2	Kualitas Produk	18
2.1.2.1	Pengertian Kualitas	18
2.1.2.2	Pengukuran Kualitas	19
2.1.3	Kepuasan Konsumen	22
2.1.3.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	22
2.1.3.2	Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.3.3	Manfaat Kepuasan Pelanggan	24
2.1.3.4	Konsekuensi Kepuasan Pelanggan	24

2.2	Penelitian Terdahulu	26
2.3	Kerangka Berpikir	29
2.4	Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Desain Penelitian.....	31
3.2	Operasional Variabel	32
3.2.1	Harga barang (X_1)	32
3.2.2	Kualitas Produk (X_2).....	34
3.2.3	Kepuasan Konsumen (Y)	35
3.3	Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1	Populasi	36
3.3.2	Sampel	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5	Metode Analisis Data	39
3.5.1	Analisis Deskriptif	39
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	39
3.5.3	Uji Validitas	40
3.5.4	Uji Reliabilitas.....	40
3.5.5	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.5.5.1	Uji Normalitas	41
3.5.5.2	Uji Multikolinearitas.....	42
3.5.5.3	Uji Heteroskedastisitas	42
3.5.6	Analisis Regresi Berganda	43
3.5.6.1	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	44
3.5.6.2	Uji signifikansi Koefisien Regresi Secara Parsial (uji t).....	45
3.5.6.3	Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Serempak (Uji F)	45
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	46
3.6.1	Lokasi Penelitian	46
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.1.1	Profil Responden	48
4.1.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.1.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	50
4.1.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.1.2	Hasil Analisis Deskriptif	52
4.1.2.1	Hasil Distribusi Jawaban Responden Harga Barang (X_1).....	53
4.1.2.2	Hasil Distribusi Jawaban Responden Kualitas Produk (X_2).....	54
4.1.2.3	Hasil Distribusi Jawaban Responden el Kepuasan Konsumen (Y)	56

4.1.2.4	Hasil Statistik Deskriptif	57
4.1.3	Uji Kualitas Data	58
4.1.3.1	Hasil Uji Validitas	58
4.1.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	60
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	61
4.1.4.1	Hasil Uji Normalitas	61
4.1.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas	65
4.1.4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas	66
4.1.5	Hasil Uji Hipotesis	67
4.1.5.1	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	67
4.1.5.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
4.1.5.3	Hasil Uji T	70
4.1.5.4	Hasil Uji F	71
4.2	Pembahasan	72
4.2.1	Pengaruh Harga barang Terhadap Kepuasan Konsumen Tupperware Di Batu Aji Batam.	72
4.2.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tupperware Di Batu Aji Batam.	72
4.2.3	Pengaruh Harga Barang Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen <i>Tupperware</i> Di Batu Aji Batam.	73

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	74
5.2	Saran	75

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Data Karakteristik Responden dan Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 5 Hasil Output Spss 24

Lampiran 6 r-tabel, t-tabel, f-tabel

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir	29
Gambar 4. 1 Diagram Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4. 2 Diagram Berdasarkan Usia	50
Gambar 4. 3 Diagram Berdasarkan Pekerjaan	52
Gambar 4. 4 <i>Bell-shaped curve</i>	62
Gambar 4. 5 Diagram Normal P-P <i>Plot Of Regression Standardized</i>	63
Gambar 4. 6 <i>Scatterplot</i>	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1Daftar harga	6
Tabel 1. 2 Data penjualan <i>Tupperware</i> tahun 2015	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Harga Barang (X_1)	34
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Kualitas Produk (X_2).....	35
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	36
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Harga Barang (X_1).....	53
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Produk (X_2)	55
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden untuk Kepuasan Konsumen (Y)	56
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif.....	57
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4. 9Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	69
Tabel 4. 14 Hasil Uji T	70
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	71

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Slovin.....	37
Rumus 3. 2 Analisis Regresi Berganda.....	43
Rumus 3. 3 Analisis Koefisien Determinasi	44
Rumus 3. 4 Uji R^2	45