

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA BUSINESS CENTER
MARLINDA SOPHIE PARIS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Dahlia Fitri Damanik
140910306**

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

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA BUSINESS CENTER MARLINDA
SOPHIE PARIS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Dahlia Fitri Damanik
140910306**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Dahlia Fitri Damanik
Npm : 140910306
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Pogram studi : Manajemen

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

Pengaruh harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Business Center Marlinda Sophie Paris di Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata didalam 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 peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, Agustus 2018



Dahlia Fitri Damanik

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA BUSINESS CENTER MARLINDA DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Dahlia Fitri Damanik
140910306**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal seperti
tertera dibawah ini**

Batam, 06 Agustus 2018



**Sri Afridola, SE., M.M
Pembimbing**

ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan orientasi terhadap harga, cara mereka melayani konsumennya, dan mengeluarkan produk. Persaingan bisnis dibidang *fashion* saat ini semakin pesat mengingat banyaknya bermunculan para pelaku bisnis dibidang yang sama. Salah satu pelaku bisnis tersebut adalah sophie paris. Tidak bisa dipungkiri bahwa harga, kualitas layanan dan kualitas produk adalah salah satu yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memberikan harga yang terjangkau, meningkatkan kualitas layanan yang lebih baik, dan meningkatkan kualitas produk yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Metode sampling yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik accidental sampling. Metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden yang bertransaksi di Business Center Marlinda Sophie Paris. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dianalisis dengan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 21. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil uji t, diketahui bahwa untuk variabel independen bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F sebesar 26,002 lebih besar dari f tabel 2,67 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai α 0,05 menunjukkan bahwa variabel harga, variabel kualitas layanan dan variabel kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The development of a dynamic and competitive business world requires companies to orient prices, how they serve their customers, and issue products. Business competition in the fashion sector is currently growing rapidly considering the many emerging business people in the same field. One of these business people is Sophie Paris. It is undeniable that price, service quality and product quality are one that can increase customer satisfaction. By providing affordable prices, improving better service quality, and improving product quality that has an impact on customer satisfaction. The sampling method used is non probability sampling with accidental sampling technique. Methods of data collection through questionnaires. The sample used in this study is 150 respondents who transact in Marlinda Sophie Paris Business Center. The data collected in this study were analyzed by multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 21. The results in this study indicate that from the results of the t test, it is known that for the independent variable that the price has a significant effect on customer satisfaction, service quality has a significant effect on customer satisfaction and product quality has a significant effect on customer satisfaction. F test results of 26.002 are greater than f table 2.67 with a significance value of 0.000 smaller than the value of α 0.05 indicating that the price variable, service quality variables and product quality variables together affect customer satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, Product Quality, 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. Suhardianto, S.Hum., M.pd selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
4. Ibu Sri Afridola, selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis;
6. Ibu Marlinda selaku pemilik perusahaan yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian diperusahaan;
7. Kedua orang tua yang sudah memberikan nasihat, doa, serta dukungan kepada penulis untuk keberhasilan skripsi ini;
8. Teman-teman seperjuangan yang sudah memberikan masukan dan semangat dalam penulisan skripsi;
9. 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. Akhir kata besar harapan peneliti agar skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca budiman.

Batam, 06 Agustus 2018

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Konsep Teoritis	14
2.1.1 Harga	14
2.1.2 Kualitas Pelayanan	20
2.1.3 Kualitas Produk	24
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.4 Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian.....	38
3.2 Operasional Penelitian	39
3.2.1 Variabel Independen	40
3.2.2 Variabel Dependen.....	41
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel.....	43
3.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data	44
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Metode Analisis Data.....	46
3.5.1 Analisis Deskriptif	47

3.5.2	Uji Kualitas Data.....	48
3.5.2.1	Uji Validitas Data.....	48
3.5.2.2	Uji Realibilitas Data.....	49
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.5.4	Uji Hipotesis.....	53
3.5.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.5.4.2	Analisis Determinasi (R^2)	54
3.5.4.3	Uji Seluruh Koefisien Regresi Secara Serempak (Uji F)	54
3.5.4.4	Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)	55
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	55
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	55
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	56
BAB 1V	HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1	Profil Responden.....	57
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	59
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan terakhir.....	59
4.2	Hasil Penelitian	60
4.2.1	Analisis Deskriptif	60
4.2.1.1	Variabel Harga (X_1)	60
4.2.1.2	Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	64
4.2.1.2	Variabel Kualitas Produk (X_3)	67
4.2.1.3	Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	70
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	77
4.2.3.1	Hasil Uji Normalitas	78
4.2.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
4.2.3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
4.2.4	Hasil Uji Hipotesis	82
4.2.4.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	82
4.2.4.2	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	84
4.2.4.3	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	85
4.2.4.4	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	87
4.3	Pembahasan.....	87
4.3.1	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Business Center Marlinda Sophie Paris.....	87
4.3.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Business CenterMarlinda Sophie Paris	89
4.3.4	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Business Center Marlinda Sophie Paris.....	90

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 Simpulan	91
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 4.1 Uji Normalitas dengan Histogram.....	78
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot.....	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Harga Penjualan Business Center Marlinda Sophie Paris	3
Tabel 1.2 Data Volume Penjualan Business Center Marlinda Sophie Paris.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Instrumen Menggunakan Skala Likert	46
Tabel 3.2 Tingkat Validitas	49
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	56
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status Perkawinan	59
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Tabel 4.5 Kriteria Analisis Deskriptif	60
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Harga(X_1)	61
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan(X_2)	65
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_3)	68
Tabel 4.9 Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y)	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Harga(X_1)	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk(X_3)	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan(Y).....	76
Tabel 4.14 Indeks Koefisien Reliabilitas	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Kolmogorov- Smirnov.....	80
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4.19 Analisis Linear Berganda.....	82
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	85
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial(Uji t).....	86
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis secara simultan (Uji F)	87

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin	43
Rumus 3.2 Korelasi Product Moment	48
Rumus 3.3 Spearman - Brown	50
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	53
Rumus 3.5 Uji R^2	54
Rumus 3.5 Uji R^2	54