

**PENGARUH HARGA, MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BERAS HARUMAS PADA PT KARYA SUKSES
PERMATA**

SKRIPSI



**Oleh :
Sally Christina
150910046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2019**

**PENGARUH HARGA, MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BERAS HARUMAS PADA PT KARYA SUKSES
PERMATA**

SKRIPSI

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



**Oleh :
Sally Christina
150910046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2019**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Sally Christina
NPM/NIP : 150910046
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Harga, Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Beras Harumas pada PT Karya Sukses Permata

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 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 dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 13 Februari 2019



Sally Christina
150910046

**PENGARUH HARGA, MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BERAS HARUMAS PADA PT KARYA SUKSES
PERMATA**

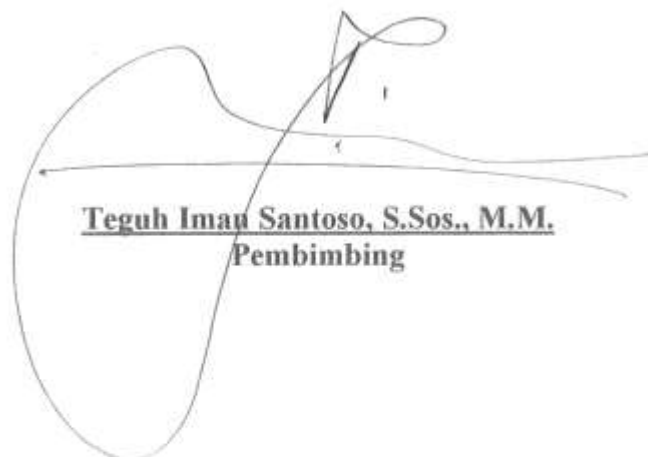
SKRIPSI

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

**Oleh
Sally Christina
150910046**

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

Batam, 13 Februari 2019



Teguh Iman Santoso, S.Sos., M.M.
Pembimbing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan tiga variabel indenpenden yaitu, harga (X_1), merek (X_2) dan kualitas produk (X_3) dengan satu variabel dependen yakni kepuasan pelanggan (Y). Penggunaan variabel-variabel pada penelitian ini diharapkan bisa mengetahui bagaimanakah proses yang terjadi dan apa sajakah faktor-faktor pendorong terciptanya kepuasan pelanggan di PT Karya Sukses Permata. Sampel penelitian ini adalah pelanggan PT Karya Sukses Permata sebanyak 118 orang. Sampel diambil dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, uji koefisien determinasi R^2 . Dengan menggunakan SPSS versi 22. Berdasarkan hasil analisis data, menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai uji t sig sebesar $0,032 < 0,05$, variabel merek (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai uji-t sig sebesar $0,022 < 0,05$, variabel kualitas produk (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai uji-t sig sebesar $0,000 < 0,05$ berdasarkan hasil uji F, secara bersama-sama variabel harga (X_1), merek (X_2), dan kualitas produk (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai F sig $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: *Harga, Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, brand, and product quality to customer satisfaction. This study uses three independent variables, namely price (X_1), brand (X_2), and product quality (X_3) with one dependent variable which is customer satisfaction (Y). The use of variables in this study is expected to determine how the process is going on and what are the factors driving the creation of customer satisfaction in PT Karya Sukses Permata. This study's samples are PT Karya Sukses Permata customer totaling 118 people. Samples taken by purposive sampling techniques. Data analysis method that used are quantitative test, validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, coefficient of determination R^2 test. With using the software program of SPSS version 22. Based on the analysis of the data shows that the price (X_1) variable shows significant influence on customer satisfaction (Y) with the value of the t-test sig $0.032 < 0.05$, variable brand (X_2) has a significant influence on customer satisfaction (Y) with the value of the t-test sig of $0.022 < 0.05$, variable quality of product (X_3) has the significant influence to customer satisfaction (Y) with the value of the t-test sig of $0.000 < 0.005$. Based on F-test results, with the price (X_1), brand (X_2), and product quality (X_3) variables has a significant impact on customer satisfaction (Y) with the F-test sig $0.000 < 0.05$.

Keywords: Price, Brand, Product Quality, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan hidayah-NYA, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir. Penelitian ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam. Judul dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Harga, Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Beras Harumas pada PT Karya Sukses Permata”.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud 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. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
3. Bapak Teguh Iman Santoso, S.Sos., M.M. selaku dosen pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah mendampingi dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
5. Manager beserta staff PT Karya Sukses Permata.
6. Orang tua di rumah, yang telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi maupun doanya, sehingga penulis dapat menulis skripsi ini dengan baik.
7. Sahabat-sahabat yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini beserta teman seperjuangan Program Studi Manajemen.

8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan Skripsi ini yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis miliki. Oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Batam, 13 Februari 2019

Sally Christina

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Masalah.....	9
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1. Manfaat Teoritis	10
1.6.2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Kajian Teori	11
2.1.1. Harga	11
2.1.1.1. Pengertian Harga.....	11
2.1.1.2. Tujuan Penetapan Harga.....	12
2.1.1.3. Indikator Harga	15
2.1.2. Merek.....	17
2.1.2.1. Pengertian Merek.....	32
2.1.2.2. Manfaat Merek.....	19
2.1.2.3. Indikator Merek	20
2.1.3. Kualitas Produk	21
2.1.3.1. Pengertian Produk.....	21
2.1.3.2. Pengertian Kualitas Produk	22
2.1.4.1. Indikator Kualitas Produk.....	23
2.1.4. Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	24
2.1.4.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	25
2.1.4.3. Indikator Kepuasan Pelanggan	26
2.1.5. Hubungan Antar Variabel.....	24
2.1.5.1. Hubungan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.1.5.2. Hubungan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	29
2.1.5.3. Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.2. Penelitian Terdahulu	34

2.3.	Kerangka Pemikiran.....	36
2.4.	Hipotesis.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1.	Desain Penelitian.....	38
3.2.	Operasional Variabel.....	39
3.2.1.	Variabel Bebas (Independen)	39
3.2.2.	Variabel Terikat (Dependen).....	39
3.3.	Populasi dan Sampel	41
3.3.1.	Populasi	41
3.3.2.	Sampel	41
3.4.	Alat Pengumpulan Data	42
3.4.1.	Kuesioner (Angket)	43
3.5.	Metode Analisis Data.....	44
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	44
3.6.	Uji Kuesioner	45
3.6.1.	Uji Validitas Data	45
3.6.2.	Uji Reabilitas	46
3.6.3.	Uji Asumsi Klasik	46
3.6.3.1.	Uji Normalitas.....	46
3.6.3.2.	Uji Multikolineritas.....	47
3.6.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	48
3.6.4.	Uji Hipotesis.....	48
3.6.4.1.	Uji Parsial (Uji t).....	49
3.6.4.2.	Uji Simultan (Uji F).....	49
3.6.5.	Uji Pengaruh.....	50
3.6.5.1.	Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.6.5.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	52
3.7.	Lokasi dan Jadwal Penelitian	53
3.7.1.	Lokasi Penelitian	53
3.7.2.	Jadwal Penelitian	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1.	Karakteristik Responden	54
4.1.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.1.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.1.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
4.2.	Hasil Penelitian	55
4.2.1.	Analisis Deskriptif Variabel	55
4.2.1.1.	Variabel Harga	56
4.2.1.2.	Variabel Merek	60
4.2.1.3.	Variabel Kualitas Produk.....	69
4.2.1.4.	Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	78
4.2.2.	Hasil Uji Kualitas Data (Uji Kuesioner)	85
4.2.2.1.	Hasil Uji Validitas Data	85
4.2.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas Data	86
4.2.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	91

4.2.3.1.	Hasil Uji Normalitas	95
4.2.3.2.	Hasil Uji Kolmogorov - Smirnov	97
4.2.3.3.	Hasil Uji Multikolonieritas	98
4.2.3.4.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	99
4.2.4.	Pengujian Hipotesis	100
4.2.4.1.	Uji t (Uji Parsial).....	101
4.2.4.2.	Uji F (Uji Simultan).....	117
4.2.5.	Analisis Regresi Linear Berganda	103
4.2.6.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	104
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian	104
4.3.1.	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT Karya Sukses Permata.....	104
4.3.2.	Pengaruh Merek terhadap Kepuasan Pelanggan PT Karya Sukses Permata.....	106
4.3.3.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT Karya Sukses Permata.....	108
4.3.4.	Pengaruh Harga, Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PT Karya Sukses Permata	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		112
5.1.	Kesimpulan	129
5.2.	Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA		115

DAFTAR GAMBAR

halaman

Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Tanggapan responden terhadap harga beras Harumas sangat terjangkau.....	56
Gambar 4.2 Tanggapan responden terhadap harga beras Harumas yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan	57
Gambar 4.3 Tanggapan responden terhadap harga beras Harumas yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diterima	58
Gambar 4.4 Tanggapan responden terhadap harga beras Harumas sesuai dengan harga pasar	59
Gambar 4.4 Tanggapan responden terhadap harga beras Harumas memiliki daya saing yang kuat.....	60
Gambar 4.6 Tanggapan responden terhadap nama merek beras Harumas mudah dibaca oleh pelanggan	61
Gambar 4.7 Tanggapan responden terhadap nama merek beras Harumas mudah diingat oleh pelanggan	62
Gambar 4.8 Tanggapan responden terhadap langsung dapat mengenali beras merek Harumas dengan melihat merek atau logonya	63
Gambar 4.9 Tanggapan responden terhadap nama merek beras Harumas singkat dan sederhana sehingga mudah diucapkan	64
Gambar 4.10 Tanggapan responden terhadap merek beras Harumas menggambarkan kualitas produk	65
Gambar 4.11 Tanggapan responden terhadap merek beras Harumas sudah akrab diketahui.....	66
Gambar 4.12 Tanggapan responden terhadap mengingat beras merek Harumas saat ingin membeli beras.....	67
Gambar 4.13 Tanggapan responden terhadap tetap membeli beras merek Harumas karena dapat diandalkan.....	68
Gambar 4.14 Tanggapan responden terhadap tetap membeli beras merek Harumas karena terpercaya	69
Gambar 4.15 Tanggapan responden terhadap beras merek Harumas yang ditawarkan sangat berkualitas	70
Gambar 4.16 Tanggapan responden terhadap keutuhan beras merek Harumas yang ditawarkan (95% tidak banyak patahan)	71
Gambar 4.17 Tanggapan responden terhadap beras Harumas memiliki warna putih alami beras	72
Gambar 4.18 Tanggapan responden terhadap ketahanan beras Harumas terhadap waktu penyimpanan	73
Gambar 4.19 Tanggapan responden terhadap beras Harumas memberikan aroma khas pandan setelah dimasak	74
Gambar 4.20 Tanggapan responden terhadap daya tahan karung beras Harumas sangat bagus	75
Gambar 4.21 Tanggapan responden terhadap kualitas beras Harumas yang dapat diandalkan	76

Gambar 4.22 Tanggapan responden terhadap desain atau variasi karung beras Harumas yang indah menambah daya tarik pelanggan.....	77
Gambar 4.23 Tanggapan responden terhadap beras Harumas yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan	78
Gambar 4.24 Tanggapan responden terhadap merasa puas karena beras Harumas sesuai dengan harapan.....	79
Gambar 4.25 Tanggapan responden terhadap puas dengan kualitas beras Harumas yang bagus.....	80
Gambar 4.26 Tanggapan responden terhadap puas secara keseluruhan dengan adanya ketepatan dalam proses pengantaran.....	81
Gambar 4.27 Tanggapan responden terhadap puas secara keseluruhan dengan kemudahan dalam proses pemesanan.....	82
Gambar 4.28 Tanggapan responden terhadap minat untuk membeli ulang beras Harumas	83
Gambar 4.29 Tanggapan responden terhadap memilih beras Harumas sebagai pilihan utama.....	84
Gambar 4.30 Tanggapan responden terhadap bersedia merekomendasikan beras Harumas kepada teman, keluarga dan kerabat.....	85
Gambar 4.31 Hasil Uji Histogram	96
Gambar 4.32 Hasil Uji Normalitas (P-Plot).....	97

DAFTAR TABEL

halaman

Tabel 1.1 Data Harga PT Karya Sukses Permata.....	4
Tabel 1.2 Data Merek PT Karya Sukses Permata.....	5
Tabel 1.3 Data Kualitas Produk PT Karya Sukses Permata.....	6
Tabel 1.4 Data Kepuasan Pelanggan PT Karya Sukses Permata	7
Tabel 2.1 Tabel Daftar Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.2 Skala Likert	43
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	53
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.2 Usia Responden.....	55
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	55
Tabel 4.4 Kriteria Analisis Deskripsi.....	86
Tabel 4.5 Uji Validitas Pernyataan Variabel Harga (X_1)	86
Tabel 4.6 Uji Validitas Pernyataan Variabel Harga (X_1)	87
Tabel 4.7 Uji Validitas Pernyataan Variabel Merek (X_2)	87
Tabel 4.8 Uji Validitas Pernyataan Variabel Merek (X_2)	88
Tabel 4.9 Uji Validitas Pernyataan Variabel Kualitas Produk (X_3).....	89
Tabel 4.10 Uji Validitas Pernyataan Variabel Kualitas Produk (X_3).....	89
Tabel 4.11 Uji Validitas Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	90
Tabel 4.12 Uji Validitas Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	90
Tabel 4.13 Uji Realibilitas Variabel Harga (X_1)	91
Tabel 4.14 Uji Realibiitas Variabel Harga (X_1)	92
Tabel 4.15 Uji Realibiitas Variabel Merek (X_2)	92
Tabel 4.16 Uji Realibiitas Variabel Merek (X_2)	93
Tabel 4.17 Uji Realibiitas Variabel Kualitas Produk (X_3).....	93
Tabel 4.18 Uji Realibiitas Variabel Kualitas Produk (X_3).....	94
Tabel 4.19 Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	94
Tabel 4.20 Uji Realibiitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	95
Tabel 4.21 Uji Kolmogorov - Smirnov	98
Tabel 4.22 Uji Multikolinieritas.....	99
Tabel 4.23 Hasil Uji Heteroskedastisitas	100
Tabel 4.24 Uji t	101
Tabel 4.25 Uji F	102
Tabel 4.26 Analisis Regresi Linear Berganda.....	103
Tabel 4.27 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	104

DAFTAR RUMUS

halaman

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	41
Rumus 3.2 Rumus Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i>	46
Rumus 3.3 Uji t	49
Rumus 3.4 Uji F	50
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda	51