

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PRODUK ORIFLAME DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Eka Kartika Setyorini
140910311**

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

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PRODUK ORIFLAME DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

**Eka Kartika Setyorini
140910311**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : EKA KARTIKA SETYORINI
NPM/NIP : 140910311
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
Pada Produk Oriflame Di Kota 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, 02 Februari 2019



Eka Kartika Setyorini
140910311

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PRODUK ORIFLAME DI KOTA BATAM**

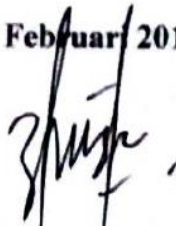
SKRIPSI

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

**Oleh
Eka Kartika Setyorini
140910311**

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

Batam, 02 Februari 2019



**Nora Pitri Nainggolan S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Saat ini persaingan dibidang kecantikan terbilang sangat ketat seiring dengan perkembangan teknologi, budaya dan meningkatnya kebutuhan masyarakat, untuk dapat mempengaruhi pola pemakaian dan cara dalam memenuhi kebutuhan yaitu kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial serta mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Metode pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* (sampling acak sederhana) dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan kuesioner (angket). Data penelitian ini diolah menggunakan *software* program SPSS versi 21. Pengujian yang dilakukan dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji-t dan uji-f. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan produk oriflame dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil pengujian dari analisis regresi berganda diperoleh hasil bahwa variabel harga berpengaruh sebesar 15% terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 37%. Analisis koefisien determinasi didapat R^2 sebesar 49,6% sedangkan sisanya sebesar 50,4% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulannya adalah secara parsial variabel harga berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, secara simultan variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

At present the competition in the field of beauty is fairly strict in line with the development of technology, culture and increasing community needs, to be able to influence usage patterns and ways to meet the needs of beauty. This study aims to determine the effect of prices on customer satisfaction and the effect of service quality on customer satisfaction partially and to know the effect of price and quality of service on customer satisfaction simultaneously. This type of research is quantitative descriptive. The analysis technique in this study is multiple linear regression analysis. The sampling method uses simple random sampling and the data collection techniques used in this study are interviews and questionnaires. The research data was processed using the SPSS version 21 software program. Tests were conducted using validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, t-test and f-test. The population in this study were customers who used oriflame products with a total sample of 100 respondents. Based on the results of testing of multiple regression analysis the results show that the price variable has an effect of 15% on customer satisfaction. The service quality variable has an effect of 37%. The coefficient of determination analysis obtained R² of 49.6% while the remaining 50.4% was influenced by other variables not examined in this study. The conclusion is that partially the price variable has an effect but not significantly on customer satisfaction and the service quality variable has a significant effect on customer satisfaction, simultaneously the variable price and service quality have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Oriflame Di Kota Batam”**. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin 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 Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Kaprodi Jurusan Manajemen.
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah 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. Ibu Tumi Lesteari selaku SPO Oriflame Batam yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian diperusahaan.
7. Pelanggan oriflame yang sudah bekerja sama dalam mengumpulkan data untuk keperluan skripsi.

8. Kedua orang tua yang memberikan kasih sayang dan cinta yang tulus serta menjadi tempat curahan hati penulis, atas doa, nasihat, serta dukungan yang mereka berikan.
9. Sahabatku tercinta Rika, Bella, Abdi, Dessy, Zaka, Subur, Fatin dan Rahim yang telah memberikan masukan dan semangat dalam penyusunan skripsi.
10. Serta seluruh teman-teman seperjuangan di Fakultas Sosial dan Humaniora khususnya Manajemen yang telah memberikan dukungan motivasi, saran bantuan serta doa dalam penyusunan skripsi ini.

Batam, 02 Februari 2019

Eka Kartika Setyorini

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGASAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat penelitian.....	9
1.6.1. Manfaat Teoris	9
1.6.2. Manfaat Praktis	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Konsep Teoritis	11
2.1.1. Harga	11
2.1.1.1. Pengertian Harga.....	11
2.1.1.2. Tujuan Penetapan Harga.....	13
2.1.1.3. Strategi Penetapan Harga.....	14
2.1.1.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga	18
2.1.1.5. Indikator Harga	20
2.1.2. Kualitas Pelayanan	20

2.1.2.1. Pengertian Kualitas	20
2.1.2.2. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.2.3. Karakteristik Jasa Pelayanan	24
2.1.2.4. Faktor-Faktor Hambatan dalam Pelayanan	25
2.1.2.5. Dimensi Kualitas Pelayanan	26
2.1.3. Kepuasan Pelanggan	27
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	27
2.1.3.2. Teori Kepuasan Pelanggan	29
2.1.3.3. Pengembangan Kepuasan Pelanggan	31
2.1.3.4. Mengukur Kepuasan Pelanggan	32
2.1.3.5. Indikator Kepuasan Pelanggan	33
2.2. Penelitian Terdahulu	34
2.3. Kerangka Pemikiran	35
2.3.1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2.3.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2.3.3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	37
2.4. Hipotesis	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian.....	39
3.2. Operasional Variabel.....	39
3.2.1. Variabel Bebas	40
3.2.2. Variabel Terikat	40
3.3. Populasi dan Sampel	41
3.3.1. Populasi	41
3.3.2. Sampel	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1. Jenis Data.....	42
3.4.2. Sumber Data	43
3.5. Metode Analisis Data	44
3.5.1. Analisis Deskriptif	44
3.5.2. Uji Kualitas Data.....	45

3.5.2.1. Uji Reliabilitas Data	46
3.5.2.2. Uji Validitas Data.....	46
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	47
3.5.3.1. Uji Normalitas.....	48
3.5.3.2. Uji Multikolinearitas	48
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas	49
3.5.4. Uji Pengaruh	49
3.5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.5.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
3.5.5. Pengujian Hipotesis.....	50
3.5.5.1. Uji t (Parsial).....	51
3.5.5.2. Uji F (Simultan)	51
3.6. Lokasi dan Jadwal penelitian.....	52
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	52
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	53
4.1.1. Profil Rerponden.....	53
4.1.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.1.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	54
4.1.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.1.1.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	55
4.1.1.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pembelian.....	56
4.1.2. Analisis Deskriptif	57
4.1.2.1. Deskriptif Variabel Harga (X1)	57
4.1.2.2. Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	62
4.1.2.3. Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	69
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data.....	73
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas.....	73
4.1.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	75
4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	76

4.1.4.1. Hasil Uji Normalitas.....	76
4.1.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas	79
4.1.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
4.1.5. Hasil Uji Pengaruh	80
4.1.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.1.5.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	81
4.1.6. Pengujian Hipotesi	82
4.1.6.1. Hasil Uji t (Parsial).....	82
4.1.6.2. Hasil Uji F (Simultan)	83
4.2. Pembahasan	84
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	87
5.2. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89

LAMPIRAN

PENDUKUNG PENELITIAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram)	77
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Dengan <i>P-P Plot Regression Standardized</i>	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Harga Produk	4
Tabel 1.2 Data Pengiriman Produk Oriflame Batam.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Variabel Bebas dengan Indikatornya	40
Tabel 3.2 Variabel Terikat dengan Indikatornya.....	40
Tabel 3.3 Skala likert	44
Tabel 3.4 Kriteria Analisis deskriptif.....	45
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	52
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur	54
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pembelian	56
Tabel 4.6 Kriteria Analisis deskriptif.....	57
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X1_1.....	57
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X1_2.....	58
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X1_3.....	59
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X1_4.....	60
Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X1_5.....	60
Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X1_6.....	61
Tabel 4.13 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X1_7.....	62
Tabel 4.14 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_1.....	63
Tabel 4.15 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_2.....	64
Tabel 4.16 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_3.....	64
Tabel 4.17 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_4.....	65
Tabel 4.18 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_5.....	66
Tabel 4.19 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_6.....	66
Tabel 4.20 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_7.....	67
Tabel 4.21 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_8.....	68
Tabel 4.22 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_9.....	68
Tabel 4.23 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y_1.....	69
Tabel 4.24 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y_2.....	70
Tabel 4.25 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y_3.....	71
Tabel 4.26 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y_4.....	71
Tabel 4.27 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y_5.....	72
Tabel 4.28 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y_6.....	73
Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas Harga.....	74
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	74

Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	75
Tabel 4.32 Indeks Koefisien Reliabilitas	76
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.34 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	78
Tabel 4.35 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.36 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Tabel 4.37 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	80
Tabel 4.38 Hasil Uji Koefisien Determinasi	82
Tabel 4.39 Hasil Uji t.....	82
Tabel 4.40 Hasil Uji F.....	84

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Lemeshow	42
Rumus 3.2 Rentang Skala	45
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i>	46
Rumus 3.4 Uji Regresi Linier Berganda	49