

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT
PRIMA NIAGA INDOMAS**

SKRIPSI



**Oleh:
Limmy Octavia
150910152**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT
PRIMA NIAGA INDOMAS**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Limmy Octavia
150910152**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Limmy Octavia
NPM/NIP : 150910152
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT PRIMA NIAGA INDOMAS”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di 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 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

Materai 6000

Limmy Octavia
150910152

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT
PRIMA NIAGA INDOMAS**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Limmy Octavia
150910152**

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

Batam, 02 Februari 2019

**Asron Saputra, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut perusahaan untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Perusahaan yang mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, mereka yang akan memenangkan persaingan. Dan merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Untuk dapat bertahan perusahaan perlu merencanakan strategi pemasarannya. Hal yang mendasar dalam strategi pemasaran adalah pemahaman tentang konsep pemasaran, dimana kepuasan konsumen adalah titik sentralnya. Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Prima Niaga Indomas. Metode yang digunakan penelitian kuantitatif kausal dengan analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif sebesar 0,194 dan hasil nilai signifikansi pada uji t sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,844 > t \text{ table } 1,983$ terhadap kepuasan konsumen. Harga berpengaruh positif sebesar 0,196 dan hasil nilai signifikansi pada uji t sebesar $0,007 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,770 > t \text{ table } 1,983$ terhadap kepuasan konsumen. Kemudian secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $8,818 > F \text{ table } 3,09$ terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas produk, harga, prestasi kepuasan konsumen.

ABSTRACT

In the current business era, competition in the business world is getting tougher. This increasingly fierce competition requires companies to be able to maximize the performance of their companies in order to compete in the global market. Companies that are able to understand the needs and desires of customers, those who will win the competition. And design marketing strategies in order to create customer satisfaction. In order to survive the company needs to plan its marketing strategy. The basic thing in a marketing strategy is an understanding of the concept of marketing, where customer satisfaction is the central point. Product quality is a determining factor for customer satisfaction after purchasing and using a product. Say that prices are a number of money (monetary units) or other aspects (non monetary) that contain certain uses needed to obtain a product. The research objective was to determine the effect of product quality and price on consumer satisfaction on PT Prima Niaga Indomas. The method used is quantitative causal research with multiple regression analysis. The results show that product quality has a positive effect of 0.194 and the results of the significance value in the t test are $0.005 < 0.05$ and the value of t count is $2.844 > t$ table 1.983 for customer satisfaction. Price has a positive effect of 0.196 and the results of the significance value in the t test are $0.007 < 0.05$ and the value of t count is $2.770 > t$ table 1.983 for customer satisfaction. Then simultaneously the product quality and price have a significant effect on customer satisfaction, this is evidenced by the significance value of $0,000 < 0,05$ and the calculated F value of $8,818 > . F$ table 3.09 for customer satisfaction.

Keywords: *Product quality, price, customer satisfaction achievement.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan, bahwa Skripsi ini telah diselesaikan sebagai syarat untuk tugas akhir pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari skripsi ini tidak sempurna tanpa bimbingan dan arahan dari bapak pembimbing dan pihak yang terkait. Oleh sebab itu, kritik dan saran penulis terima dengan baik. Pada kesempatan ini juga, penulis mau ucapkan banyak 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, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku pembimbing yang telah mengarahkan penulis dengan baik dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang telah berbagi ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
6. Bapak Ali Tantrawijaya Pimpinan PT Prima Niaga Indomas yang telah memberikan izin penelitian;
7. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu berdoa, mendukung penuh kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun;
8. Teman-teman se-angkatan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan Bapak dan Ibu serta rekan-rekan sekalian. Amin.

Batam, 02 Februari 2019

Limmy Octavia
150910152

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Teoritis	7
1.6.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Konsep Teoritis	8
2.1.1 Kepuasan Konsumen	8
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	8
2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	8
2.1.1.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	9
2.1.1.4 Indikator Kepuasan Konsumen	10
2.1.2 Kualitas Produk	10
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	10
2.1.2.2 Dimensi Kualitas	12
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	13
2.1.3 Harga	14
2.1.3.1 Pengertian Harga	14
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga	15
2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	16
2.1.3.4 Jenis-Jenis Harga	17
2.1.3.5 Indikator Harga	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27

3.2	Operasional Variabel	27
3.2.1	Variabel Independen.....	28
3.2.2	Variabel Dependen.....	28
3.3	Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1	Populasi.....	31
3.3.2	Sampel.....	31
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	33
3.4	Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	33
3.4.1	Teknik pengumpulan data.....	33
3.4.2	Alat Pengumpulan Data.....	34
3.5	Metode Analisis Data.....	35
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	35
3.5.2	Uji Kualitas Instrumen.....	36
3.5.2.1	Uji Validitas.....	36
3.5.2.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	38
3.5.3.2	Uji Multikolinieritas.....	38
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.5.4	Uji Pengaruh.....	39
3.5.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.5.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.5.4.3	Uji T.....	40
3.5.4.4	Uji F.....	41
3.6	Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Profil Responden.....	43
4.1.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.1.3	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	45
4.2	Hasil Penelitian.....	45
4.2.1.1	Variabel Kualitas Produk (X1).....	46
4.2.1.2	Variabel Harga (X2).....	48
4.2.1.3	Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	49
4.2.2	Hasil Uji Kualitas Data.....	50
4.2.2.1	Hasil Uji Validitas.....	50
4.2.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	53
4.2.3	Hasil Uji Asumsi.....	55
4.2.3.1	Uji Normalitas.....	55
4.2.3.2	Uji Kolmogorov-Smirnov.....	57
4.2.3.3	Uji Multikolinearitas.....	58
4.2.3.4	Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.2.4	Uji Pengaruh.....	60
4.2.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
4.2.4.2	Analisis Determinasi (R^2).....	63

4.2.5	Pengujian Hipotesis.....	64
4.2.5.1	Uji Partial (Uji t).....	64
4.2.5.2	Uji Secara Simultan (Uji F).....	66
4.3	Pembahasan.....	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		69
5.1	Simpulan.....	69
5.2	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....		71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Kuaci <i>Chacheer</i>	3
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran.....	6
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram)	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot)	56
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (Partial Regression Plot).....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Harga	4
Tabel 3.1	Definisi operasional.....	30
Tabel 3.3.2	Pengambilan Sampel Slovin.....	32
Tabel 3.2	Skala likert.....	35
Tabel 3.3	Interpretasi koefisien korelasi nilai r	37
Tabel 3.4	Jadwal penelitian	42
Tabel 4.1	Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin	43
Tabel 4.2	Distribusi responden berdasarkan usia	44
Tabel 4.3	Distribusi responden berdasarkan jenis usaha.....	45
Tabel 4.4	Kriteria analisis deskriptif	46
Tabel 4.5	Distribusi jawaban responden variabel kualitas produk.....	47
Tabel 4.6	Distribusi jawaban responden variabel harga.....	48
Tabel 4.7	Distribusi jawaban responden variabel kepuasan konsumen	49
Tabel 4.8	Hasil uji validitas variabel x1 (kualitas produk)	51
Tabel 4.9	Hasil uji validitas variabel x2 (harga)	52
Tabel 4.10	Hasil uji validitas variabel y (kepuasan konsumen).....	52
Tabel 4.11	Uji reliabilitas kualitas produk	53
Tabel 4.12	Uji reliabilitas harga	54
Tabel 4.13	Uji reliabilitas kepuasan konsumen.....	54
Tabel 4.14	Hasil uji kolmogorov smirnov.....	58
Tabel 4.15	Hasil uji multikolinearitas	59
Tabel 4.16	Hasil uji heteroskedastisitas	60
Tabel 4.17	Hasil koefisien regresi	61
Tabel 4.18	Koefisien determinasi (R^2)	63
Tabel 4.19	Hasil pengujian hipotesis secara partial (Uji t)	65
Tabel 4.20	Hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji F).....	66

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Koefisiensi korelasi <i>product moment</i>	36
---	----