

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
RICHEESE FACTORY SPAZIO SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

EVA MEY ROSYIDAH

NPM : 15420086

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2019**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eva Mey Rosyidah
NPM : 15420086
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Richeese Factory Spazio Surabaya” adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau tugas akhir orang lain. Apabila kemudian pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 18 Desember 2018

METERAI
TEMPEL
TGL. 20
45EF3AFF516830905
6000
ENAM RIBU RUPIAH
yataan,

EVA MEY ROSYIDAH
NPM : 15420086

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
RICHEESE FACTORY SPAZIO SURABAYA**

Diajukan Oleh :

EVA MEY ROSYIDAH

NPM : 15420086

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



DWI INDAH MUSTIKORINI, SE, MM

Tanggal, 19 Desember 2018

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE, M.Si

Tanggal, 19 Desember 2018

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
RICHEESE FACTORY SPAZIO SURABAYA**

Diajukan Oleh :

EVA MEY ROSYIDAH

NPM : 15420086

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama

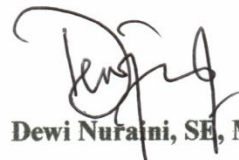


Dwi Indah Mustikorini, SE, MM

Anggota Dewan/Penguji Lain



Bambang Setyadarma, SE, M.AK



Dewi Nuraini, SE, MSM

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Tanggal...6 Februari 2019



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah S.W.T yang telah memberikan berkat, rahmat dan karuniaNYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Richeese Factory Spazio Surabaya”** yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi program studi manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS).

Pada kesempatan yang berharga ini, tidak lupa saya menyampaikan rasa terima kasih yang tulus tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. dr Sri Harmadji, Sp. THT-KL (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, MM., Ak., CA selaku Dekan ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS).
3. Ibu Siti Jamilah, SE, M.Si selaku ketua jurusan ekonomi dan bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS).
4. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE, MM selaku dosen pembimbing dan dosen wali yang banyak memberikan bimbingan saran dan arahan hingga terselesainya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS) yang telah banyak membantu selama mengikuti kuliah.

6. Ayah dan ibu tercinta (Sujono dan Kolifah) selaku orang tua yang selalu memberikan doa, omelan, dukungan dan arahnya sehingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Anjas Eko Prasetya, Regita Cahyani, Niluh Eva Sintya Dewi, Tita Ajeng Novianti dan Nurmin Singga selaku teman dan sahabat yang selalu memberikan doa dan dukungannya.
8. Teman-teman di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya (UWKS) khususnya di manajemen B angkatan 2015 yang selalu memberikan dukungannya juga.

Dengan kerendahan hati menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu mohon kritik dan saran yang membangun demi perbaikan selanjutnya, terima kasih.

Surabaya, Desember 2019

Penulis

Eva Mey Rosyidah

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Surat Pernyataan Bebas Plagiat	ii
Halaman Surat Persetujuan	iii
Halaman Susunan Dewan Penguji.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Abstrak	xvi
Abstraction	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Skripsi.....	6
 BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8

2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran	9
2.1.1.3 Pemasaran Jasa	9
2.1.2 Produk.....	10
2.1.2.1 Pengertian Produk.....	10
2.1.2.2 Tingkatan Produk.....	10
2.1.3 Kualitas Produk.....	12
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk	13
2.1.4 Jasa	14
2.1.4.1 Pengertian Jasa	14
2.1.4.2 Karakteristik Jasa dan Implikasi.....	15
2.1.5 Kualitas Pelayanan	16
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	16
2.1.5.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.6 Harga	18
2.1.6.1 Pengertian Harga	18
2.1.6.2 Metode Penetapan Harga	18
2.1.6.3 Indikator Harga.....	20
2.1.7 Nilai Pelanggan	21
2.1.7.1 Pengertian Nilai Pelanggan	21

2.1.7.2 Tipe Nilai Pelanggan.....	22
2.1.7.3 Karakteristik Utama Nilai Pelanggan.....	24
2.1.7.4 Dimensi Nilai Pelanggan.....	26
2.1.8 Kepuasan Konsumen.....	26
2.1.8.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	26
2.1.8.2 Obyek Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	27
2.1.8.3 Mengukur Kepuasan Konsumen.....	29
2.1.8.4 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	30
2.1.9 Hubungan Antar Variabel.....	31
2.1.9.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen.....	31
2.1.9.2 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	32
2.1.9.3 Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen.....	32
2.1.9.4 Hubungan Nilai Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Hipotesis dan Metode Analisis.....	35
2.3.1 Hipotesis.....	35
2.3.2 Model Analisis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel.....	38

3.3 Identifikasi Variabel.....	39
3.4 Definisi Operasional Variabel	40
3.5 Jenis dan Sumber Data	45
3.5.1 Jenis Penelitian.....	45
3.5.2 Sumber Data.....	45
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1 Uji Kualitas Data	47
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.7.3 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	49
3.8 Pengujian Hipotesis.....	50
3.8.1 Uji Simultan (Uji F)	50
3.8.2 Uji Parsial (Uji t)	51
3.8.3 Uji Dominan.....	53
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Richeese Factory	54
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	54
4.2.1 Deskripsi Identitas Responden	54
4.3 Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian.....	57
4.3.1 Penilaian Atas Masing-Masing Variabel	57
4.3.2 Deskripsi Mengenai Variabel Kualitas Produk (X_1)	58
4.3.3 Deskripsi Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	59

4.3.4 Deskripsi Mengenai Variabel Harga (X_3)	60
4.3.5 Deskripsi Mengenai Variabel Nilai Pelanggan (X_4)	61
4.3.6 Deskripsi Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	61
4.4 Analisis Data.....	62
4.4.1 Hasil Pengujian Validitas	62
4.4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	65
4.5 Uji Model.....	65
4.5.1 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	65
4.5.2 Hasil Pengujian Determinasi Berganda (R^2)	68
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	68
4.6.1 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	68
4.6.2 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	70
4.6.3 Hasil Pengujian Secara Dominan	75
4.7 Pembahasan	75

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Karakteristik Jasa dan Implikasi Manajemen	15
Tabel 2.2 Perbedaan Kualitas Barang dan Kualitas Pelayanan.....	16
Tabel 2.3 Daftar Peneliti Terdahulu	34
Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Status Responden	56
Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan Responden.....	57
Tabel 4.5 Kategori Mean Masing-Masing Variabel	58
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk (X ₁)	59
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X ₂).....	59
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga (X ₃).....	60
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Variabel Nilai Pelanggan (X ₄).....	61
Tabel 4.10 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	61
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk (X ₁).....	62
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X ₂)	63
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga (X ₃)	63
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Validitas Variabel Nilai Pelanggan (X ₄)	64
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	64
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Reliabilitas	65
Tabel 4.17 Koefisien Deteminasi Berganda.....	68
Tabel 4.18 Hasil Analisis Uji F	69

Tabel 4.19 Hasil Analisis Uji t	71
Tabel 4.20 Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i>	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	36
Gambar 3.1 Kurva Uji Simultan (Uji F)	51
Gambar 3.2 Kurva Uji Parsial (Uji t).....	53
Gambar 4.1 Kurva Distribusi F.....	70
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	71
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	72
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Harga (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	73
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Nilai Pelanggan (X_4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	74

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER

LAMPIRAN 2 DATA HASIL JAWABAN RESPONDEN

LAMPIRAN 3 INPUT SPSS

LAMPIRAN 4 OUTPUT SPSS

LAMPIRAN 5 TABEL PENGUJIAN NILAI F & t

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen pada Richeese Factory Spazio Surabaya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis dengan menggunakan analisa regresi linier berganda. Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji validitas dan reliabilitas, Hasilnya adalah semua variabel, validitas dan reliabilitas hasil uji F dari menunjukkan F_{hitung} 15,463 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,467 dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian hipotesis yang pertama menyatakan “kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Richeese Factory Spazio Surabaya” dapat didukung kebenarannya. Hasil uji t menunjukkan masing-masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang kedua yang menyatakan “kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Richeese Factory Spazio Surabaya” dapat didukung kebenarannya. Dan variabel yang berpengaruh paling dominan yaitu kualitas produk.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Nilai Pelanggan dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACTION

This research is intended to find out the effects of the product qualities, customer service, price and customer value partially or simultaneously towards the customer satisfaction of Richesse Factory at Spazio, Surabaya. The independent variables used in this research are product quality, customer service, price and customer value. On the other hand, the dependent variable in this research is customer satisfaction. In this research, the selected samples are done with the method of non – probability sampling as well as purposive sampling. The analysis technique is using multiple linier regression analysis. Before the testing of hypothesis conducted, validity and reliability tests should be tested. As a result, all of the variables, validities and reliabilities are shown with F from Fnumerics 15,463 more than Ftable with the difference of 2,467 with the significance of 0,000. Due to this outcome, the first hypothesis states that “product quality, customer service, price and customer value are simultaneously giving significant effects towards the customer satisfaction of Richesse Factory at Spazio, Surabaya and this has been proven. The outcome of T testing has shown each variable with significance less than 0,05. Consequently, the second hypothesis states that product quality, customer service, price and customer value on partial basis affects significantly towards customer satisfaction of the Richeese Factory at Spazio, Surabaya and this has been proven. The most dominant variable is product quality.

Keywords: Product Quality, Customer Service, Price, Customer Value and Customer Satisfaction