

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
HAPPYDAYS LAUNDRY DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

STEFANO LIUASET

14110035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2018

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
HAPPYDAYS LAUNDRY DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Prasyarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

STEFANO LIUASET

14110035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2018

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Stefano Liuset
NPM : 14110035
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Happydays Laundry di Surabaya

Pembimbing,

Tanggal :




Dr. Maria Widyastuti, MM

Mengetahui :

Ketua Program Studi

Tanggal :



Lilik Indrawati, SE., MM

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HAPPYDAYS LAUNDRY DI
SURABAYA**

Telah Diuji dan Dipertahankan di Hadapan
Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika
Program Studi Manajemen Pemasaran

Pada Hari Kamis, 5 April 2018

Disusun Oleh :

Nama Lengkap : Stefano Lihaset
NPM : 14110035
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji :

1. Drs. EC. Bruno Hami Pahar, MM (Ketua)



2. Dr. Maria Widyastuti, MM (Anggota)



3. Lilik Indrawati, SE., MM (Anggota)



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Stefano Louasat dengan NPM 14110035

Telah Diuji pada 5 April 2018 dan Dinyatakan LULUS Oleh :

Ketua Tim Penguji :



Drs. EC. Bruno Hani Pahar, MM

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi




Thyophaida W.S.P, SE., MM

Ketua Program Studi



Lilik Indrawati, SE., MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Stefano Liuaset
NPM : 14110035
Program Studi : Strata Satu (S1)
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen Pemasaran
Tempat / Tgl. Lahir : Betacet, 21 Maret 1997
Alamat : Jl. Semolowaru Timur II / 75 Surabaya
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Happydays Laundry di Surabaya.

1. Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah sendiri, bukan plagiat dan atau karya orang lain.
2. Memperbolehkan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika untuk mempublikasikan seluruh / sebagian dari isi skripsi ini ke media publikasi dengan mencantumkan nama peneliti serta dosen pembimbing.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari ada permasalahan terhadap karya ilmiah ini, maka saya siap bertanggungjawab sesuai dengan hukum yang berlaku.

Surabaya, 5 April 2018

Yang Membuat Pernyataan,


Stefano Liuaset

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Happydays Laundry di Surabaya”**. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana ekonomi (SE) program Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Romo Dr. Y. Budi Hermanto, MM selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Ibu Thyophoida W.S.P, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Ibu Lilik Indrawati, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya, sekaligus sebagai dosen penguji II yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran perbaikan dalam penelitian ini.
4. Ibu Dr. Maria Widyastuti., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Bruno Hami Pahar, MM selaku Dosen Wali pada tahun akademik 2014/2018 yang banyak membantu dalam perwalian setiap semester, sekaligus sebagai dosen penguji I yang sudah banyak membantu dan memberikan perbaikan penulisan skripsi saya ini.
6. Happydays Laundry di Surabaya yang sudah bersedia menerima saya untuk dapat melakukan kegiatan penelitian skripsi saya.

7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
8. Ayah dan ibu saya yang sudah banyak memberikan perhatian, nasehat, dukungan, semangat dan bahkan menjenguk saya di Surabaya serta selalu berusaha dalam memenuhi kebutuhan finansial demi kelancaran studi dan penelitian saya.
9. Adik-adikku tercinta yang selalu membuat hatiku senang dan termotivasi dalam menyelesaikan studi saya dengan tepat waktu.
10. Seluruh keluarga yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang sudah memberikan semangat dan mendukung proses penelitian skripsi yang penulis kerjakan.

Penulis telah berusaha dalam menyusun skripsi ini, namun karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dan pengalaman, maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 5 April 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iii
Daftar Tabel.....	vi
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Lampiran.....	viii
Abstrak.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Harga.....	7
2.1.1.1 Pengertian Harga.....	7
2.1.1.2 Peranan Harga dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembeli.....	9
2.1.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	9
2.1.1.4 Dimensi Harga.....	11
2.1.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga.....	11
2.1.1.6 Pertimbangan Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Keputusan Harga.....	12
2.1.1.7 Perilaku Harga.....	12
2.1.1.8 Tujuan Penetapan Harga.....	13
2.1.2 Kualitas Produk.....	15
2.1.2.1 Pengertian Produk.....	15
2.1.2.2 Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.1.2.3 Dimensi Kualitas Produk.....	16
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.3.1 Pengertian Pelayanan.....	17
2.1.3.2 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.3.3 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.3.4 Faktor yang Mempengaruhi Harapan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.4.1 Pengertian Konsumen.....	20
2.1.4.2 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	21
2.1.4.3 Prinsip-Prinsip Kepuasan Konsumen.....	22
2.1.4.4 Konsep Kepuasan Konsumen.....	23

2.1.4.5 Teori dan Model Kepuasan Konsumen.....	23
2.1.4.6 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	24
2.1.4.7 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	25
2.1.4.8 Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	25
2.1.5 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.1.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.1.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.2.1 Penelitian Terdahulu I.....	28
2.2.2 Penelitian Terdahulu II.....	28
2.3 Rerangka Pemikiran.....	31
2.4 Kerangka Konseptual.....	32
2.5 Hipotesis Penelitian.....	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian.....	33
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	33
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	33
3.2.2 Sumber Data.....	33
3.3 Variabel Penelitian.....	34
3.4 Definisi Operasional dan Teknik Pengukuran Variabel.....	35
3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.4.2 Teknik Pengukuran Variabel.....	37
3.5 Populasi dan Sampel.....	38
3.5.1 Populasi.....	38
3.5.2 Sampel.....	38
3.6 Metode Penelitian dan Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1 Metode Penelitian.....	39
3.6.2 Teknik Analisis Data.....	40
3.6.2.1 Uji Validitas.....	40
3.6.2.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.6.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	41
a. Uji Normalitas.....	41
b. Uji Multikolinieritas.....	42
c. Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.6.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
3.6.2.5 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	43
3.6.2.6 Uji Parsial (Uji t).....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	46
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	46
4.1.2	Struktur Organisasi.....	47
4.1.3	Strategi Perusahaan.....	48
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	48
4.2.1	Identitas Responden.....	48
4.2.2.1	Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.....	48
4.2.2.2	Klasifikasi Jenis Pekerjaan Responden.....	49
4.3	Pembahasan dan Analisis Data.....	50
4.3.1	Uji Validitas.....	50
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	51
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	52
a.	Uji Normalitas.....	52
b.	Uji Multikolinieritas.....	53
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
4.3.5	Koefisien Determinan (R^2).....	56
4.3.6	Uji t.....	57

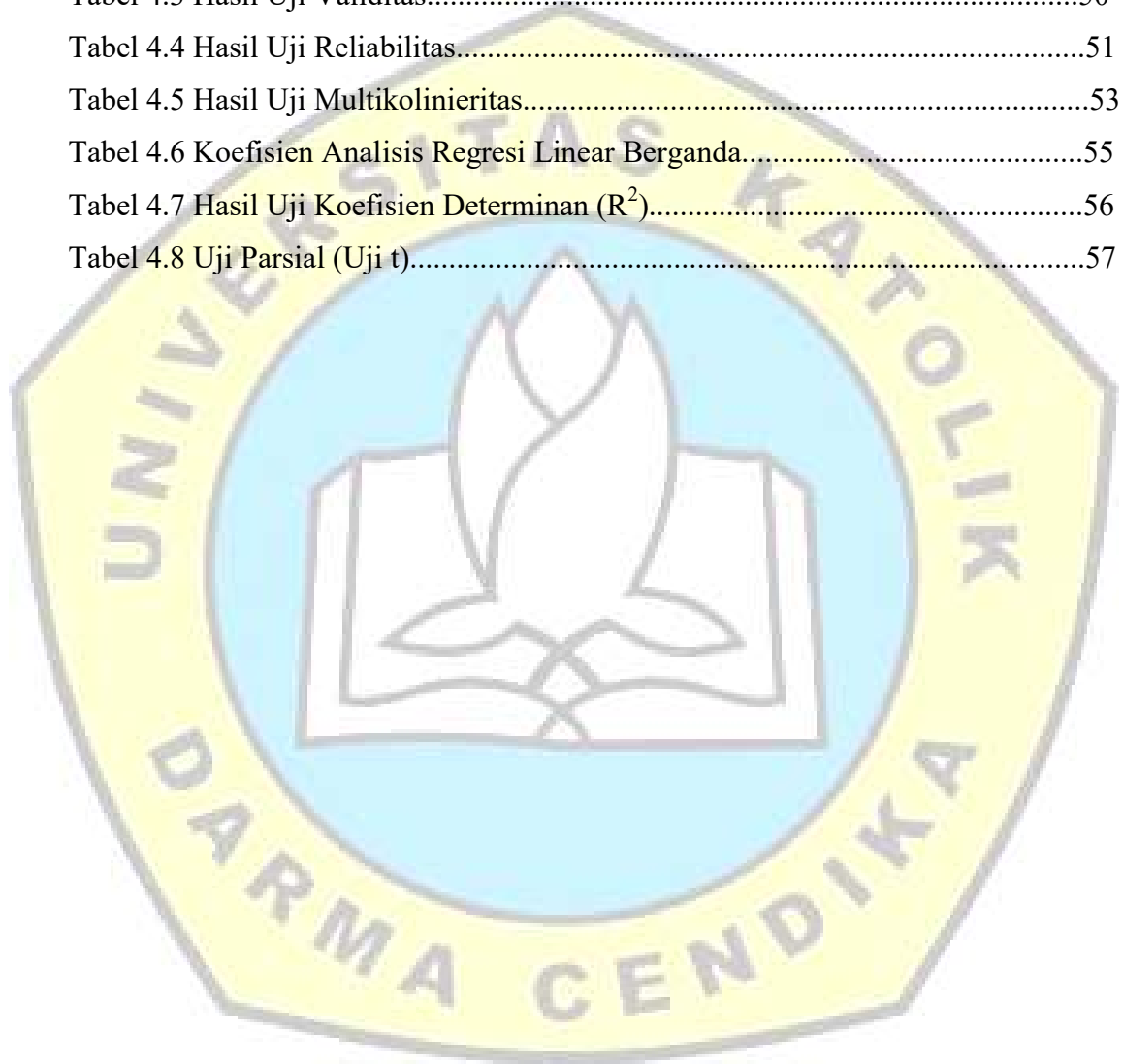
BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu I.....	28
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu II.....	29
Tabel 2.3 Maping Penelitian Terdahulu I dan II.....	30
Tabel 3.1 Interpretasi Koefisien Determinan (R^2).....	44
Tabel 4.1 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.....	48
Tabel 4.2 Klasifikasi Jenis Pekerjaan Responden.....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas.....	53
Tabel 4.6 Koefisien Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2).....	56
Tabel 4.8 Uji Parsial (Uji t).....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	31
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Happydays Laundry.....	47
Gambar 4.2 P-P Plot Uji Normalitas.....	52
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	53
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel X_1 Terhadap Y.....	58
Gambar 4.5 Kurva Uji t Variabel X_2 Terhadap Y.....	59
Gambar 4.6 Kurva Uji t Variabel X_3 Terhadap Y.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Rekapitulasi Data Hasil Isian Kuesioner

Lampiran 3 Uji Validitas Lampiran

4 Uji Reliabilitas Lampiran 5 Uji

Normalitas Lampiran 6 Uji

Multikolinearitas Lampiran 7 Uji

Heteroskedastisitas

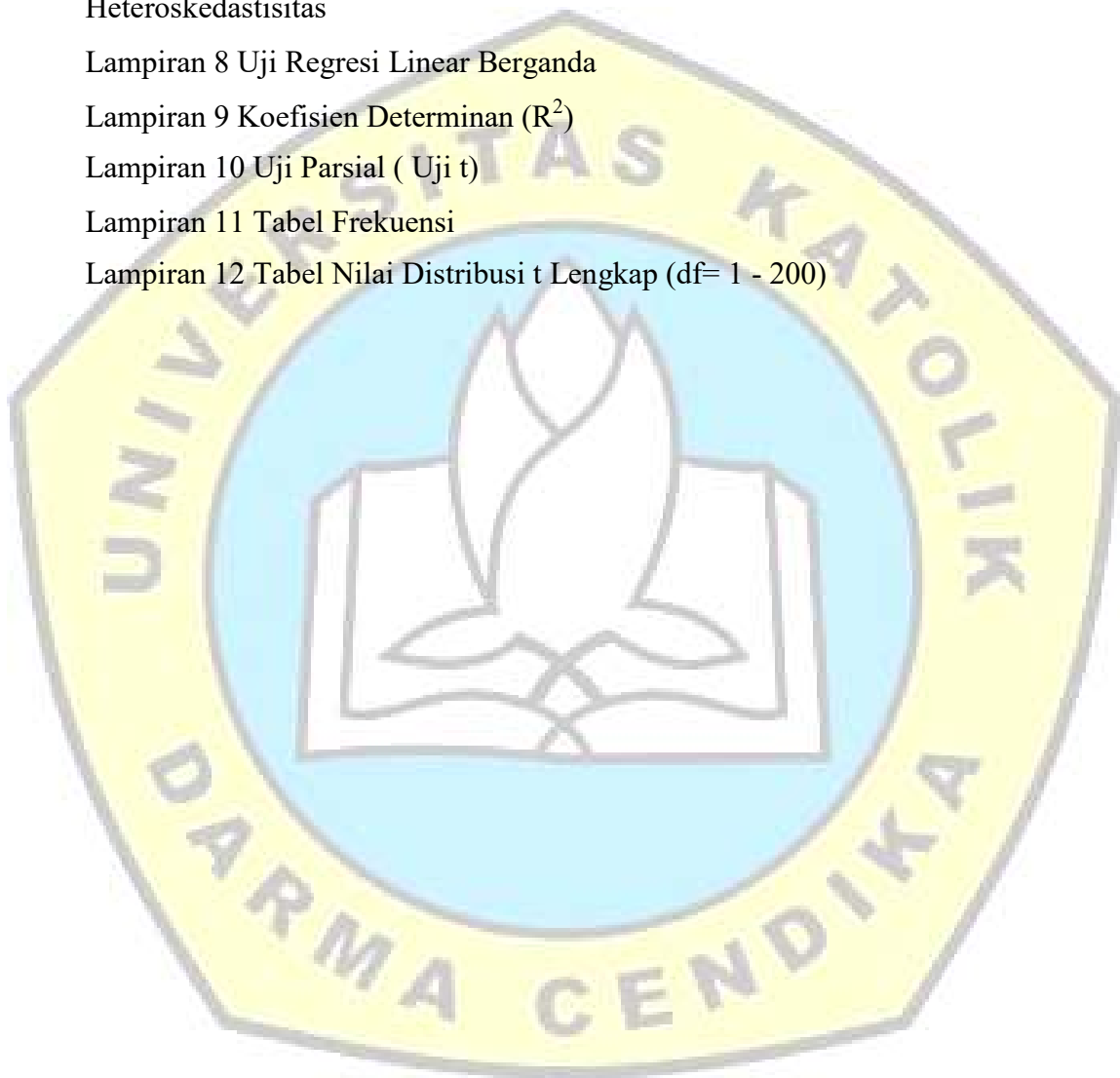
Lampiran 8 Uji Regresi Linear Berganda

Lampiran 9 Koefisien Determinan (R^2)

Lampiran 10 Uji Parsial (Uji t)

Lampiran 11 Tabel Frekuensi

Lampiran 12 Tabel Nilai Distribusi t Lengkap (df= 1 - 200)



PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HAPPYDAYS LAUNDRY DI SURABAYA

ABSTRAK

Demi menjaga kelangsungan hidup suatu usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya agar dapat mempertahankan konsumennya pada perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti lebih spesifik menganalisis tentang pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Happydays Laundry di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Happydays Laundry. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen kelas reguler pada Happydays Laundry dengan jumlah responden 75 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah dengan menggunakan uji t pada taraf nyata 5%. Hasil penelitiannya adalah sebagai berikut : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2.620 > 1.993$ dan signifikansinya $0.011 < 0.05$, Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3.757 > 1.993$ dan signifikansinya $0.000 < 0.05$ serta Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2.507 > 1.993$ dan signifikansinya 0.014 .

Kata Kunci : *Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.*

EFFECT OF PRICE, QUALITY PRODUCTS AND QUALITY SERVICES TO CUSTOMER SATISFACTION ON HAPPYDAYS LAUNDRY IN SURABAYA

ABSTRACT

In order to maintain the viability of a business in the midst of a highly competitive business competition, a company must be able to provide satisfaction to its customers in order to retain its customers in the company. In this study, researchers more specifically analyze the influence of price, product quality and service quality on customer satisfaction at Happydays Laundry in Surabaya. The type of research used by researchers is the type of quantitative research. The purpose of this study is to determine the effect of price, product quality and service quality terhadap customer satisfaction on Happydays Laundry. The population in this study were all regular class consumers in Happydays Laundry with 75 respondents. The sampling technique used by the researcher in this research is purposive sampling. Data analysis technique used is by using multiple linear regression analysis. Hypothesis testing used is by using t test at 5% real level. The result of the research is as follows: Price has significant effect to customer satisfaction because $t_{hitung} > t_{tabel}$ is equal to $2,620 > 1,993$ and its significance is $0.011 < 0.05$, Product Quality significantly influence to consumer satisfaction because $t_{hitung} > t_{tabel}$ that is equal to $3,757 > 1,993$ and its significance $0.000 < 0.05$ and Service Quality have significant influence to consumer satisfaction because $t_{hitung} > t_{tabel}$ that is equal to $2507 > 1.993$ and significance 0.014 .

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality and Satisfaction Consumer.

