

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEMASAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENJUALAN ONLINE  
DAPOER FAFAMA DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen**



**Oleh:**

**ANGELICA KHARISMA PASKAH**

**17110022**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA**

**SURABAYA**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Angelica Kharisma Paskah  
NPM : 17110022  
Fakultas : Ekonomi  
Prodi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kemasan Terhadap  
Kepuasan Pelanggan Pada Penjualan Online Dapoer\_Fafama di  
Surabaya

Pembimbing

08 Februari 2021

(Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M.)

Mengetahui

Ketua Program Studi

08 Februari 2021



(Lilik Indrawati, S.E, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEMASAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENJUALAN ONLINE  
DAPOER\_FAFAMA DI SURABAYA

Oleh  
Angelica Kharisma Paskah

17110022

Telah Diuji dan Dihadapkan  
Tim Penguji Skripsi  
Pada Tanggal 29 Januari 2021

Ketua : V. Ratna Inggawati, S.E., M.M

Anggota : 1. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M  
2. Dr. Ec. Bruno Hami Pahar., M.M



**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEMASAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENJUALAN ONLINE  
DAPOER\_FAFAMA DI SURABAYA**

Oleh

Angelica Kharisma Paskah

17110022

Dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 29 Januari 2021

Ketua Tim Penguji

V. Ratna Ingawati, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Thyophida W.S.P., M.M.

Ketua Program Studi



Lilik Indrawati, S.E., M.M.

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Angelica Kharisma Paskah

NPM : 17110022

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kemasan Terhadap Kepuasan

Pelanggan Pada Penjualan Online Dapoer\_Fafama di Surabaya

Dengan ini penulis menyatakan bahwa, hasil penelitian skripsi merupakan hasil asli penelitian penulis sendiri. Skripsi ini belum pernah dicetak maupun disebarluaskan dan sepenuhnya penulis skripsi ini belum ada yang ditulis atau diteliti oleh penulis lain.

Apabila hasil penelitian skripsi penulis terbukti tidak meniru ataupun menyalin hasil penelitian orang lain dengan sengaja. Maka peneliti bersedia menerima saksi yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan nilai skripsi dan gelar sarjana.

Demikian surat ini penulis buat secara benar dan penuh tanggung jawab tanpa ada sebuah tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Surabaya, 08 Februari 2021

Hormat saya,



## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan laporan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penjualan Online Dapoer\_Fafama Di Surabaya”** dapat tersusun dengan tepat waktu dan sesuai harapan.

Berkaitan dengan hal tersebut, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam mengatasi kendala selama proses penyusunan skripsi ini. Ditujukan kepada:

1. Dr. Yustinus Budi Hermanto, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Dr. Tyophoida W.S.P S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan dosen penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta masukan sebagai bahan perbaikan skripsi ini.
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M selaku Kepala Program Studi (Kaprodi) Manajemen yang telah memberikan dorongan kepada saya sehingga skripsi ini dapat selesai.
4. Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi dan dosen penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan memberikan semangat kepada saya selama proses menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
5. V. Ratna Inggawati, S.E., M.M selaku ketua penguji saya yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta masukan sebagai bahan perbaikan skripsi ini.

6. Dr. Ec. Bruno Hami Pahar., M.M selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta masukan sebagai bahan perbaikan skripsi ini.
7. Orangtua saya yang telah mendukung melalui doa, motivasi, dan keuangan sehingga saya dapat mencetak skripsi ini serta memberikan saya makanan bergizi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
8. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, doa dan motivasi kepada penulis.
9. Teman-teman program studi manajemen khususnya angkatan 2017 dan seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-satu yang telah mendoakan, mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi hingga mendapatkan gelar sarjana.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu para pembaca dapat memberikan sebuah kritik dan saran yang dapat membangun sehingga dapat membawa hasil yang lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti berikutnya dan dapat mengolah serta lebih mendalami lagi variabel-variabel yang sudah ada ataupun belum dalam penelitian ini.

Surabaya, 08 Februari 2021

Hormat Saya,

Angelica Kharisma Paskah

## DAFTAR ISI

### **HALAMAN JUDUL**

### **LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

### **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

### **KATA PENGANTAR**

|   |    |
|---|----|
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                   | i  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                 | 5  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                | 6  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                              | 7  |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                      | 8  |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                     | 9  |
| <b>BAB I</b> .....  | 1  |
| <b>PENDAHULUAN</b> .....                                  | 1  |
| <b>1.1 Latar Belakang</b> .....                           | 1  |
| <b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....                          | 5  |
| <b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....                        | 5  |
| <b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....                       | 6  |
| <b>1.4.1 Manfaat Penelitian Teoritis</b> .....            | 6  |
| <b>1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis</b> .....             | 6  |
| <b>BAB II</b> .....                                       | 7  |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                             | 7  |
| <b>2.1 Landasan Teori</b> .....                           | 7  |
| <b>2.1.1 Kualitas Produk</b> .....                        | 7  |
| <b>2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk</b> .....           | 7  |
| <b>2.1.1.2 Indikator Kualitas Produk</b> .....            | 7  |
| <b>2.1.1.3 Dimensi Kualitas Produk</b> .....              | 8  |
| <b>2.1.1.4 Strategi Peningkatan Kualitas Produk</b> ..... | 8  |
| <b>2.1.2 Harga</b> .....                                  | 9  |
| <b>2.1.2.1 Pengertian Harga</b> .....                     | 9  |
| <b>2.1.2.2 Pegertian Penetapan Harga</b> .....            | 10 |
| <b>2.1.2.3 Indikator Harga</b> .....                      | 10 |
| <b>2.1.2.4 Strategi Penetapan Harga</b> .....             | 10 |

|   |    |
|---|----|
| <b>2.1.2.5 Tujuan Penetapan Harga .....</b>   | 11 |
| <b>2.1.2.6 Faktor Pengaruh Penetapan Harga .....</b>                                | 11 |
| <b>2.1.3 Kemasan .....</b>  | 12 |
| <b>2.1.3.1 Pengertian Kemasan .....</b>   | 12 |
| <b>2.1.3.2 Indikator Kemasan .....</b>  | 12 |
| <b>2.1.4 Kepuasan Pelanggan .....</b>   | 13 |
| <b>2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....</b>                                  | 13 |
| <b>2.1.4.2 Indikator Kepuasan Pelanggan .....</b>                                   | 13 |
| <b>2.1.4.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....</b>                            | 14 |
| <b>2.1.4.4 Strategi Kepuasan Pelanggan .....</b>                                    | 15 |
| <b>2.2 Penelitian Terdahulu.....</b>  | 15 |
| <b>2.2.1 Penelitian Terdahulu I .....</b>   | 15 |
| <b>2.2.2 Penelitian Terdahulu II.....</b>   | 16 |
| <b>2.2.3 Penelitian Terdahulu III .....</b>   | 18 |
| <b>2.2.4 Penelitian Terdahulu IV.....</b>   | 19 |
| <b>2.3 Pengaruh Antar Variabel .....</b>  | 20 |
| <b>2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)</b><br>..... | 20 |
| <b>2.3.2 Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) .....</b>              | 21 |
| <b>2.3.3 Pengaruh Kemasan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) .....</b>            | 21 |
| <b>2.4 Rerangka Pemikiran .....</b>   | 22 |
| <b>2.5 Kerangka Pemikiran.....</b>  | 23 |
| <b>2.6 Hipotesis Penelitian .....</b>   | 24 |
| <b>BAB III.....</b>   | 25 |
| <b>METODE PENELITIAN .....</b>  | 25 |
| <b>3.1 Obyek Penelitian.....</b>  | 25 |
| <b>3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data .....</b>                              | 25 |
| <b>3.2.1 Pendekatan Penelitian .....</b>  | 25 |
| <b>3.2.2 Sumber Data.....</b>   | 25 |
| <b>3.3 Variabel Penelitian .....</b>  | 26 |
| <b>3.3.1 Variabel Independen atau Variabel Bebas.....</b>                           | 26 |
| <b>3.3.2 Variabel Dependen atau Variabel Terikat .....</b>                          | 26 |
| <b>3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya .....</b>                    | 26 |
| <b>3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....</b>                                     | 26 |

|   |    |
|---|----|
| <b>3.4.2 Pengukuran Data .....</b>  | 29 |
| <b>3.4.3 Teknik Pengumpulan Data .....</b>  | 29 |
| <b>3.5 Populasi dan Sampel .....</b>  | 31 |
| <b>    3.5.1 Populasi.....</b>  | 31 |
| <b>    3.5.2 Sampel.....</b>  | 31 |
| <b>3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....</b>                                       | 32 |
| <b>    3.6.1 Teknik Analisis Data .....</b>   | 32 |
| <b>        3.6.1.1 Uji Validitas .....</b>  | 32 |
| <b>        3.6.1.2 Uji Reliabilitas .....</b>   | 33 |
| <b>        3.6.1.3 Uji Asumsi Klasik.....</b>   | 34 |
| <b>            3.6.1.3.1 Uji Normalitas.....</b>                                      | 34 |
| <b>            3.6.1.3.2 Uji Multikolinearitas .....</b>                              | 35 |
| <b>            3.6.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....</b>                             | 35 |
| <b>            3.6.1.4 Uji Kelayakan Model (Uji F).....</b>                           | 36 |
| <b>            3.6.1.5 Uji Regresi Linear Berganda .....</b>                          | 37 |
| <b>            3.6.1.6 Koefisien Determinasi .....</b>                                | 37 |
| <b>3.7 Prosedur Pengujian Hipotesis .....</b>   | 38 |
| <b>    3.7.1 Uji t .....</b>  | 38 |
| <b>BAB IV .....</b>   | 39 |
| <b>HASIL PENELITIAN .....</b>   | 39 |
| <b>    4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....</b>                                   | 39 |
| <b>        4.1.1 Sejarah Singkat Toko Online Dapoer_Fafama.....</b>                   | 39 |
| <b>        4.1.2 Visi dan Misi.....</b>   | 40 |
| <b>            4.1.2.1 Visi .....</b>   | 40 |
| <b>            4.1.2.2 Misi .....</b>   | 40 |
| <b>        4.1.3 Produk Yang Ditawarkan .....</b>                                     | 40 |
| <b>    4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....</b>                                       | 42 |
| <b>        4.2.1 Karakteristik Responden .....</b>                                    | 42 |
| <b>            4.2.1.2 Jenis Kelamin .....</b>  | 42 |
| <b>            4.2.1.3 Usia dan Pekerjaan .....</b>                                   | 43 |
| <b>            4.2.1.3 Frekuensi Pembelian.....</b>                                   | 44 |
| <b>    4.3 Analisis Deskriptif .....</b>  | 44 |
| <b>        4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X1) .....</b> | 45 |
| <b>        4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X2) .....</b>           | 46 |

|  |    |
|--|----|
| <b>4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemasan (X3) .....</b>          | 48 |
| <b>4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....</b> | 49 |
| <b>4.4 Pembahasan dan Analisa Data.....</b>                                    | 50 |
| <b>    4.4.1 Uji Validitas.....</b>  | 50 |
| <b>    4.4.2 Uji Reliabilitas.....</b>   | 52 |
| <b>    4.4.3 Uji Asumsi Klasik .....</b>                                       | 52 |
| <b>        4.4.3.1 Uji Normalitas .....</b>                                    | 52 |
| <b>        4.4.3.2 Uji Multikolinearitas.....</b>                              | 53 |
| <b>    4.4.4 Uji Heteroskedastisitas .....</b>                                 | 54 |
| <b>    4.4.5 Uji Kelayakan Model (Uji F) .....</b>                             | 54 |
| <b>    4.4.6 Uji Regresi Linear Berganda .....</b>                             | 55 |
| <b>    4.4.7 Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>).....</b>                 | 57 |
| <b>4.4 Prosedur Pengujian Hipotesis .....</b>                                  | 58 |
| <b>    4.4.1 Uji t.....</b>  | 58 |
| <b>BAB V.....</b>  | 62 |
| <b>PENUTUP .....</b>   | 62 |
| <b>    5.1 Kesimpulan .....</b>  | 62 |
| <b>    5.2 Saran.....</b>  | 62 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | 64 |

## **DAFTAR TABEL**

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 3.1  | Skala Likert .....   | 29 |
| Tabel 3.2  | Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....                 | 38 |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....       | 42 |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                | 43 |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....           | 43 |
| Tabel 4.4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian..... | 44 |
| Tabel 4.5  | Range Data Jawaban Responden.....                            | 45 |
| Tabel 4.6  | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....   | 45 |
| Tabel 4.7  | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....             | 47 |
| Tabel 4.8  | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemasan.....           | 48 |
| Tabel 4.9  | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan...  | 49 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Validitas Untuk Semua Variabel.....                | 51 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Reliabilitas Untuk Semua Variabel.....             | 52 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji Multikolinearitas.....                             | 53 |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji F.....   | 55 |
| Tabel 4.14 | Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....                       | 55 |
| Tabel 4.15 | Hasil Koefisien Determinasi.....                             | 57 |
| Tabel 4.16 | Hasil Uji t.....   | 58 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Gambar 1.1 | Pengguna Internet dan Pengguna Media Sosial.....        | 2  |
| Gambar 2.1 | Rerangka Berfikir.....                                  | 22 |
| Gambar 2.2 | Kerangka Pemikiran.....                                 | 23 |
| Gambar 4.1 | Hasil Uji Normalitas Untuk Semua Variabel.....          | 53 |
| Gambar 4.2 | Hasil Uji Heteroskedastisitas Untuk Semua Variabel..... | 54 |
| Gambar 4.3 | Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Produk.....    | 58 |
| Gambar 4.4 | Kurva Distribusi Uji t Variabel Harga.....              | 59 |
| Gambar 4.5 | Kurva Distribusi Uji t Variabel Kemasan.....            | 60 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Dokumentasi Online *Shopping Dapoer\_Fafama*
- Lampiran 2 Lembar Kuesioner
- Lampiran 3 Rekapitulasi Data Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner
- Lampiran 5 Tabel r
- Lampiran 6 Tabel F
- Lampiran 7 Tabel t
- Lampiran 8 Uji Validitas
- Lampiran 9 Uji Reliabilitas
- Lampiran 10 Uji Normalitas
- Lampiran 11 Uji Multikolinearitas
- Lampiran 12 Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 13 Uji F, Uji Pengaruh Linear, Koefisien Determinan, dan Uji t

## **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi pada era globalisasi saat ini berkembang dengan pesat, yaitu dengan hadirnya media sosial seperti Instagram, Whatsapp, dan berbagai aplikasi lainnya yang dapat diakses oleh masyarakat. Dapoer\_Fafama adalah salah satu Online *Shopping* yang menjual produknya melalui media sosial dengan aplikasi Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kemasan terhadap kepuasan pelanggan di Dapoer\_Fafama. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dengan memberikan pernyataan kuesioner kepada 75 responden yang merupakan pelanggan Dapoer\_Fafama di Surabaya. Penelitian ini diuji menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas), Uji F, Uji Regresi Linear Berganda, dan Uji t. Pada Uji t didapatkan hasil penelitian variabel kualitas produk ( $X_1$ )  $1,647 < 1,993$  dengan tingkat signifikan  $0,104 > 0,050$  yang artinya kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Dapoer\_Fafama, variabel harga ( $X_2$ )  $1,702 < 1,993$  dengan tingkat signifikan  $0,093 > 0,050$  yang artinya harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Dapoer\_Fafama, variabel kemasan ( $X_3$ )  $2,746 > 1,993$  dengan tingkat signifikan  $0,008 < 0,050$  yang artinya kemasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Dapoer\_Fafama. Kesimpulan pada penelitian ini adalah variabel kualitas produk dan harga tidak memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Dapoer\_Fafama.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kemasan dan Kepuasan Pelanggan.

## ***ABSTRACT***

The development of technology in the era of globalization is now growing rapidly, namely with the presence of social media such as Instagram, Whatsapp, and various other applications that can be accessed by the public. Dapoer\_Fafama is one of the Online *Shopping* that sells its products through social media with the Instagram app. This study aims to find out the effect of product quality, price and packaging on customer satisfaction in Dapoer\_Fafama. The method used in this study was *purposive sampling method* by giving questionnaire statements to 75 respondents who were Dapoer\_Fafama in Surabaya. This study was tested using Validity Test, Reliability Test, Classic Assumption Test (Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroskedasticity Test), F Test, Multiple Linear Regression Test, and t. In t Test obtained product quality variable research result ( $X_1$ )  $1,647 < 1,993$  with significant rate of  $0.104 > 0.050$  which means product quality has no effect on customer satisfaction in Dapoer\_Fafama, variable price ( $X_2$ )  $1,702 < 1,993$  with a significant rate of  $0.093 > 0.050$  which means the price is not affect customer satisfaction in Dapoer\_Fafama, package variable ( $X_3$ )  $2,746 > 1,993$  with a significant rate of  $0.008 < 0.050$  which means packaging has a significant effect on customer satisfaction in Dapoer\_Fafama. The conclusion in this study is that product quality variables and prices have no influence on customer satisfaction variables, while packaging variables have a significant influence on customer satisfaction in Dapoer\_Fafama.

Keywords: Product Quality, Price, Packaging and Customer Satisfaction.