

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM
MELAKUKAN PEMBELIAN PRODUK VARIASI MOBIL
PADA UD. SUMBER MAKMUR ABADI DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

ALDI TRASENA

02200182

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2008**





KUTUB KAWA
KUTUB KAWA
KUTUB KAWA
KUTUB KAWA



UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
KUTUB KAWA

KUTUB KAWA
KUTUB KAWA

KUTUB KAWA
KUTUB KAWA

KUTUB KAWA
KUTUB KAWA

KUTUB KAWA
KUTUB KAWA

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN
PEMBELIAN PRODUK VARIASI MOBIL PADA
UD. SUMBER MAKMUR ABADI
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Ini diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar sarjana ekonomi
Jurusan manajemen

Oleh :
ALDI TRASENA
02200182

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2008**





PENGANTUN HANGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPERLUAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN
PEMBELIAN PRODUK VARIASI MOBIL PADA
JUD. SUPER MAMMUT ASADI
DI SURABAYA

SKRIPSI

ini diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mengetahui oleh penguji ekonomi
Jurusannya masing-masing

Disetujui
ALDI TRASENA
02200182

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2008

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PRODUK VARIASI MOBIL PADA UD. SUMBER MAKMUR ABADI DI SURABAYA

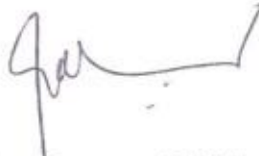
OLEH:

ALDI TRASENA

02200182

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA UNTUK DIAJUKAN KE TIM PENGUJI

PEMBIMBING,



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



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Aldi Trasena, NPM : 022000182

Telah diuji pada tanggal : 30-6-2008 dan dinyatakan LULUS oleh :

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Jeanne A. Wawolangi, M.Si., Ak.

Ketua Program Studi



Drs. Ec. Hami Bruno Pahar, MM





LEMBAR PENGESAHAN

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini adalah hasil karya sendiri dan tidak mengandung unsur plagiasi.

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini telah diperiksa dan dinyatakan sah.

Mengetahui,

Mengetahui,

Mengetahui,

Mengetahui,

Mengetahui,

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PRODUK VARIASI MOBIL PADA UD. SUMBER MAKMUR ABADI DI SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dengan baik
Pada hari Selasa, tanggal 14 - 08 - 2008

Disusun Oleh :

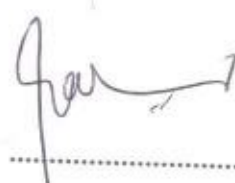
Nama : Aldi Trasena
NPM : 02200182
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Darma Cendika

Di hadapan Tim Penguji :

1. Drs. Ignatius Hari Satria Wangsa., MM.
(Penguji I)

2. V. Ratna Inggawati, SE., MM.
(Penguji II)

3. Drs. Ec. Hami Bruno Pahar, MM
(Penguji III)


.....

.....

.....





LEMBAR PENGANTAR

PEMBELAJARAN MIPA DAN KEALAMATAN PROJEK TINGKAT SMP
KEPERLUAN KOGNITIF DALAM MELAKUKAN
PEMBELAJARAN MIPA DAN KEALAMATAN PROJEK TINGKAT SMP
DITULISKAN
DITULISKAN

Disusun oleh: *[Nama]*
Pembimbing: *[Nama]*

Disusun oleh: *[Nama]*
Pembimbing: *[Nama]*

Disusun oleh: *[Nama]*
Pembimbing: *[Nama]*

Disusun oleh: *[Nama]*

Disusun oleh: *[Nama]*

Disusun oleh: *[Nama]*

Disusun oleh: *[Nama]*



KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Produk Variasi Mobil pada UD. SUMBER MAKMUR ABADI di Surabaya”.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya. Dalam kesempatan ini dengan setulus hati penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungannya dan membantu penulis selama perkuliahan sampai penyelesaian skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Dra. M. Yovita R. Pandin, MM. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Dra. Jeanne Asteria Wawolangi, M.Si., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Drs. Ec. Hami Bruno Pahar, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
4. V. Ratna Inggawati, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya guna memberikan pengarahan kepada penulis dari awal sampai akhir, sehingga proses penyusunan skripsi ini menjadi lebih terarah.
5. Seluruh Dosen pengajar Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah memberikan ilmu kepada penulis dan seluruh staff beserta karyawan.





6. Karyawan perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah memberikan kemudahan kepada penulis untuk melakukan peminjaman berbagai literature yang relevan dengan masalah yang diteliti dan seluruh staff beserta karyawan yang telah membantu penulis sepanjang perkuliahan hingga penulisan skripsi ini selesai.
7. Mama dan papa yang selalu mendukung dan memberi dorongan dalam penyelesaian skripsi ini, Aldi ucapkan banyak-banyak terima kasih.
8. Kepada yang terkasih Cicilia yang selalu memberi semangat dalam mengerjakan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Juli 2008

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAKSI.....	viii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Sistematika Pembahasan	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 5
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	5
2.2. Landasan Teori	7
2.2.1 Pengertian Pemasaran	7
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.2.3 Pengertian Strategi Pemasaran.....	8
2.2.4. Bauran Pemasaran.....	9
2.2.5 Harga.....	10
2.2.5.1 Tujuan Penetapan Harga.....	10
2.2.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga.....	11
2.2.6 Produk.....	11
2.2.6.1 Faktor-faktor Yang Terkandung Dalam Produk	12
2.2.7 Konsumen	13
2.2.8 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	14



2.2.9 Hipotesis Penelitian	18
2.2.10 Kerangka Konseptual	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1. Desain Penelitian.....	20
3.2. Definisi Konsep dan Operasional.....	20
3.3. Definisi Operasional.....	20
3.4. Populasi	21
3.5. Sampel	21
3.6. Jenis dan Sumber Data	21
3.6.1 Jenis Data.....	21
3.6.2 Sumber Data	22
3.7. Pengukuran Data	22
3.8. Metode Pengumpulan Data	22
3.8. Teknik Pengambilan Sampel.....	22
3.9. TEKNIK PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	23
3.9.1. Uji Validitas.....	23
3.9.2. Uji Reliabilitas	24
3.9.3. Uji Asumsi Klasik.....	24
3.10. TEKNIK ANALISA DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS	27
3.10.1. Teknik Analisis Data	27
3.10.2. Teknik Pengujian Hipotesis.....	29
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	33
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	34
4.1.2 Lokasi Perusahaan	34
4.1.3 Struktur Organisasi	34
4.1.4 Tujuan Perusahaan	36
4.2 Interpretasi Data	37



4.2.1 Kategorisasi Responden	38
4.2.2 Uji Instrumen Data.....	41
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.2.4. Pembuktian Hipotesis	46
4.3. Pembahasan.....	55
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Simpulan.....	57
5.2 Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.2	Golongan Usia Responden	38
Tabel 4.3	Pendidikan Responden	39
Tabel 4.4	Penghasilan Responden	40
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas	41
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Reliabilitas	42
Tabel 4.7	Perhitungan Normalitas Data	44
Tabel 4.8	Hasil Perhitungan nilai Durbin Watson (DW)	45
Tabel 4.9	Hasil Perhitungan uji Multikolinieritas	46
Tabel 4.10	Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	47
Tabel 4.11	Koefisien Uji Parsial (Uji t).....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Konsep Kepuasan Pelanggan	16
Gambar 2	kerangka Konseptual	19
Gambar 4.	Kurva Uji F	26
Gambar 5	Kurva Uji t	28
Gambar 6	Struktur Organisasi	32
Gambar 7	Grafik Uji Normalitas	44
Gambar 8	Hasil Uji Heteroskedastisitas	46
Gambar 9	Kurva Uji F	50
Gambar 10	Uji Parsial Variabel Kualitas Produk (X)	52
Gambar 11	Uji Parsial Variabel Kualitas Produk (X ₂)	53



ABSTRAKSI

ALDI TRASENA

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Produk Variasi Mobil Pada UD. Sumber Makmur Abadi Di Surabaya” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga produk dan kualitas produk dalam membeli variasi mobil di UD. Sumber Makmur Abadi di Surabaya.

Penelitian ini mengobservasi tanggapan responden melalui penyebaran kuesioner pada konsumen UD. Sumber Makmur Abadi mengenai variabel harga produk dan kualitas produk serta kepuasan yang diperoleh konsumen selama melakukan pembelian di UD. Sumber Makmur Abadi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan masa penyebaran kuesioner selama $\pm$ dua minggu pada periode akhir Juni 2008. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda sebagai alat analisis statistik.

Setelah melakukan perhitungan dan analisis data statistik, maka penelitian ini mendapatkan hasil bahwa hipotesis pertama penelitian ini yang berbunyi “Secara simultan harga dan kualitas diduga mempengaruhi perilaku pembelian konsumen terhadap variasi mobil” terbukti kebenarannya karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($59,655 > 3,09$) dengan tingkat signifikansi sebesar ($p < 0,05$) sehingga H_0 ditolak yang berarti bahwa secara simultan variabel harga produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli variasi mobil di UD. Sumber Makmur Abadi. Hipotesis kedua dari penelitian ini yang berbunyi “Secara parsial harga dan kualitas produk diduga mempengaruhi perilaku pembelian konsumen terhadap variasi mobil” terbukti kebenarannya, karena untuk variabel harga produk $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,973 > 1,985$) dengan signifikansi sebesar 0,00 ($p < 0,05$) sehingga H_0 ditolak atau dengan kata lain harga produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli variasi mobil di UD Sumber Makmur Abadi, dan untuk variabel kualitas produk memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,322 > 1,985$) dengan signifikansi sebesar 0,00 ($p < 0,05$) sehingga H_0 ditolak atau dengan kata lain bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli produk variasi mobil di UD. Sumber Makmur Abadi di Surabaya.

Harga produk dan kualitas produk secara simultan mampu mempengaruhi besarnya kepuasan konsumen sebesar 55,2% dan sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini. Sedangkan variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen adalah variabel harga produk karena mampu menerangkan besarnya kepuasan konsumen sebesar 37% sedangkan variabel kualitas produk hanya mampu menerangkan kepuasan konsumen sebesar 18%.

Kata kunci : *harga produk, kualitas produk, kepuasan konsumen.*