

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN THE BODY SHOP**



**Disusun Oleh :**

**Stevvy Tineke Lumenta**

**11150105**

**FAKULTAS BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**TAHUN AJARAN 2019/2020**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stevvy Tineke Lumenta  
NIM : 11150105  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN  
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN THE BODY  
SHOP”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 19 Januari 2021

Yang menyatakan



(Stevvy Tineke Lumenta)  
NIM. 11150105

HALAMAN PENGAJUAN

Skripsi dengan Judul :

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN THE BODY SHOP**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

**Stevvy Tineke Lumenta**

**11150105**

**DUKA WACANA**

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

TAHUN AJARAN 2019/2020

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen The Body Shop”**

Bahwa penulisan ini berdasarkan hasil penelitian saya sendiri dan bukan dari hasil duplikat atau tiruan dari karya pihak lain kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya. Yang saya kerjakan untuk melengkapi syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbeneran dalam pernyataan ini maka bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 28 Januari 2020

Tanda Tangan



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN  
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN THE BODY SHOP**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

Stevvy Tineke Lumenta

11150105

Dalam ujian skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Manajemen pada tanggal 22 JAN 2020

**Nama Dosen**

1. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min  
(Dosen Penguji)
2. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D  
(Dosen Penguji)
3. Dra. Ety Istriani, MM  
(Ketua Tim/Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

**Tanda Tangan**

.....  
.....  
.....

Yogyakarta, 30 JAN 2020

Disahkan Oleh :



Dr. Perminas Pangeran , M.Si

Ketua Program Studi Manajemen,

.....

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

## HALAMAN MOTTO

“Takut akan TUHAN adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh menghina hikmat dan didikan.”

(Amsal 1 : 7)

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”

(Filipi 4:13)

“ Karena masa depan sungguh ada, dan harapan mu tidak akan hilang.”

(Amsal 23 : 18)

“Iman adalah dasar dari segala sesuatu yang kita harapkan dan bukti dari segala sesuatu yang tidak kita lihat”

(Ibrani 11 : 1)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Yang pertama dan terutama saya persembahkan kepada Tuhan Yesus Kristus sumber segala pengetahuan
2. Kepada orang tua saya papi Tony Lumenta dan mami Merry yang senantiasa selalu mendukung dan berdoa untuk saya dalam setiap proses penulisan skripsi ini.
3. Kepada saudara kandung saya Yulfa Lumenta yang telah memberikan semangat dan mendoakan saya.
4. Kepada yang tercinta alm. Opa Alex Sondakh Lumenta bersama oma Neti Mamesah serta seluruh keluarga yang ada di Manado dan dimanapun berada.
5. Kepada yang terkasih Abraham Nugroho dan sahabat-sahabat saya Sandra, Juniar, Thithin, Novan, Vivi, Hendy, Kiki, Limbong dan masih banyak lagi yang belum saya sebutkan namanya satu persatu yang telah menyemangati dan mendoakan saya.

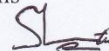
## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasihNya saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN THE BODY SHOP”. Tujuan penulisan ini adalah untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar S1 Manajemen Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dengan selesai skripsi ini saya mengucapkan banyak trimakasih kepada dosen pembimbing saya Ibu Ety Istriani, MM. yang telah sabar membimbing saya dan beberapa pihak yang sudah mendukung. Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang telah dilakukan, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 14 Januari 2020

Penulis



Stevvy Tineke Lumenta



## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	
Halaman Pengajuan.....	i
Halaman Keaslian Skripsi .....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran.....	x
Abstrak.....	xi
Abstract.....	xiii
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
Bab II Tinjauan Pustaka.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran ( <i>Marketing</i> ).....	10
2.1.2 Pengertian Persepsi Harga.....	11
2.1.3 Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.1.4 Pengertian Desain Produk.....	14

2.1.5 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	16
2.6 Penelitian Terdahulu .....	18
2.7 Kerangka Berfikir .....	19
2.8 Hipotesis Penelitian .....	20
Bab III Metode Penelitian.....	21
3.1 Desain Penelitian .....	21
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.5 Variabel Penelitian .....	23
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.7 Instrumen Penelitian .....	25
3.8 Analisis Data.....	28
3.9 Teknik Analisis Data.....	29
3.10 Uji Hipotesis .....	30
Bab IV Analisis dan Pembahasan.....	33
4.1 Hasil Analisis Data .....	33
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	33
4.2.1 Uji Validitas.....	33
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	35
4.3 Hasil Analisis Deskriptif .....	36
4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	39
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	41
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	42
4.5.2 Uji F.....	43
4.5.3 Uji T.....	43
4.6 Pembahasan .....	45

4.6.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	
The Body Shop .....	45
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	
The Body Shop .....	46
4.6.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	
The Body Shop .....	46
Bab V Kesimpulan dan Saran.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran .....	48
Daftar Pustaka.....	49
Lampiran.....	50

©UKDW

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk The Body Shop.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	34
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	37
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	38
Tabel 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	41
Tabel 4.9 Hasil Uji F (Anova).....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji T .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo The Body Shop.....	1
Gambar 1.2 Produk Kosmetik The Body Shop.....	2
Gambar 1.3 Produk Body Care The Body Shop.....	2
Gambar 1.4 Produk Skin Care The Body Shop.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	19

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

Kuisisioner Penelitian.....	50
Hasil uji Realibilitas dan Validitas.....	54
Hasil uji Regresi Berganda.....	56
Hasil uji Deskriptif.....	58
Table r.....	60

©UKDW

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan desain produk terhadap kepuasan konsumen The Body Shop. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk The Body Shop dengan menyebarkan kuisisioner sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linier berganda dan menggunakan uji F dan uji T dengan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Hasil analisis regresi berganda menyatakan semakin baik persepsi harga, kualitas produk dan desain produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Hasil uji F menunjukkan terdapat pengaruh secara bersama-sama antar variabel dengan tingkat signifikansi 0,000 . hasil uji Determinasi  $R^2$  sebesar 0,485 yang artinya bahwa pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan desain produk sebesar 48,5% sisanya 51,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini misalnya promosi, citra merek, kualitas pelayanan dan lain sebagainya, dan yang terakhir hasil uji T dari penelitian ini menunjukkan bahwa, Pertama persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dari hasil uji t untuk harga menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,000 yaitu berada dibawah 5% dari tingkat signifikan. Kedua, kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dari hasil nilai probabilitas sebesar 0,029 yaitu berada dibawah 5% dari tingkat signifikan. Dan yang ketiga desain produk juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen ini dibuktikan dari hasil nilai probabilitas sebesar 0,000 yaitu berada dibawah 5% dari tingkat signifikan.

**Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Desain Produk dan Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the influence of price perception, product quality and product design on The Body Shop customer satisfaction. This research uses quantitative methods, while the sample in this study is consumers who have bought The Body Shop products by distributing questionnaires of 100 respondents. Sampling using a purposive sampling technique. The analytical method used is multiple linear regression method and uses the F test and T test with a significance level of  $\alpha = 5\%$ . The results of multiple regression analysis states the better perception of price, product quality and product design can create consumer satisfaction. F test results indicate there is an influence together between variables with a significance level of 0,000.  $R^2$  Determination test results of 0.485 which means that the influence of price perception, product quality and product design by 48.5% the remaining 51.5% is influenced by other variables not included in this research model such as promotion, brand image, service quality and so forth , and finally the T test results from this study indicate that, Firstly, the perception of price effect on consumer satisfaction is evidenced from the results of the t test for the price shows a probability value of 0,000 which is under 5% of the significant level. Second, product quality has a positive influence on customer satisfaction as evidenced by the results of the probability value of 0.029 which is under 5% of the significant level. And the third product design also has an influence on customer satisfaction is evidenced from the results of a probability value of 0,000 which is under 5% of the significant level.*

**Keywords: Price Perception, Product Quality, Product Design and Consumer Satisfaction**



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang The Body Shop

The Body Shop International PLC atau yang lebih dikenal dengan nama The Body Shop merupakan merk perawatan kulit, kosmetik, dan *make up* yang berasal dari Inggris. Sejak didirikan oleh Anita Roddick pada tahun 1976, The Body Shop sudah memiliki lebih dari 1,200 jenis produk dan 2,500 toko *franchise* yang terdapat di 61 negara. Saat ini, Berikut merupakan logo dari The Body Shop yang tertera pada gambar 1.1:

**Gambar 1.1**

**Logo The Body Shop**



Sumber: [www.thebodyshop.co.id](http://www.thebodyshop.co.id)

The Body Shop menjual produk untuk kebutuhan dari ujung kepala hingga ujung kaki untuk pria dan wanita yang berasal dari bahan alami yang didapatkan dari seluruh penjuru dunia. Berikut adalah contoh dari produk-produk The Body Shop:

**Gambar 1.2**

**Produk Kosmetik The Body Shop**



Sumber : [thebodyshop.co.id](http://thebodyshop.co.id)

**Gambar 1.3**

**Produk *Body Care* The Body Shop**



Sumber : [thebodyshop.co.id](http://thebodyshop.co.id)

**Gambar 1.4**

**Produk *Skin Care* The Body Shop**



Sumber: [www.thebodyshop.co.id](http://www.thebodyshop.co.id)

Selain produk kosmetik, *skin care* dan *body care*, The Body Shop juga memiliki berbagai kategori produk lain untuk kebutuhan perawatan tubuh konsumen The Body Shop. Berikut adalah kategorisasi dari rangkaian produk The Body Shop:

**Tabel 1.1**

**Produk The Body Shop**

<b>Kategori Produk</b>	<b>Jenis Produk</b>
<i>Make Up</i>	<i>Bronzer, BB Cream, Blush on, Brow Liner, Concealer, Eyeliner, Eyeshadow Foundation, Lipstick, Lipbalm, Lip Treatment, Lip&amp;Cheek Stain, Lip Liner, Lip Gloss, Make-up Base, Mascara, Powder, Shimmer dan aksesoris make up dll</i>
<i>Body Care</i>	<i>Body Lotion, Body Scrub, Body Butter, Body Mist, Body Polish, Beautifying Oil, Foot Spray, Foot Lotion, Foot Rescue, Leg Fel, Foot Scrub, Hand Cream, Hand Butter, Hand Cleanse Gel, Lip Balm, , Lip Butter, Lip Care Stick</i>
<i>Bath and Body</i>	<i>Deodorant, Soap, Shower Cream, Shower Gel</i>
<i>Fragrance</i>	<i>Body Spray, Eau de Parfume, Eau de Toilette</i>

<i>Skin Care</i>	<i>Cleansing Powder, Eye Serum, Facial Wash, Make up Cleansing Wipes, Remover, Whitening Moisture Milk, Treatment Mask, Whitening Serum, Vitamin C, Vitamin E Skin Care</i>
<i>Men's care</i>	<i>Eau De Toilette, Eye Serum, Facial Wash, Hair and Body Wash, Deodorant, Face Scrub, Razor Relief, Shave Cream</i>
<i>Hair</i>	<i>Volumising Mousse, Shampoo, Conditioner, Hair Butter, Hair Spray, Hair Serum</i>
<i>Home Fragrance</i>	<i>Body, Room and Linen Spritz, Fragrance Oil</i>
<i>Accessories</i>	<i>Beauty Buds, Cactus Brush, Eye Mask, Facial Buffer Gloves, Hair Brush, Mirror, Mini bersambung Manicure Nail Clipper, Shaving Cup, Shower Puff, Sponge, Twizzer</i>

(Sumber: [www.thebodyshop.co.id](http://www.thebodyshop.co.id))

Semua produk kosmetik ini dibuat dengan menggunakan bahan-bahan yang alami, bernutrisi, dan bervitamin sehingga memiliki potensi yang sangat kecil untuk merusak kulit. Melainkan, produk kosmetik yang ditawarkan bukan hanya dapat mempercantik namun juga merawat kulit perempuan Indonesia yang seringkali terpapar sinar UV dari teriknya matahari.

Kosmetik dan perawatan tubuh menjadi suatu kebutuhan utama bagi konsumen saat ini. Banyaknya produk kecantikan serta perawatan tubuh yang tersedia di pasaran membuat konsumen lebih mempunyai banyak pilihan. Umumnya, kosmetik dan *skin care* identik dengan wanita. Banyak produk yang beredar di pasaran yang menjadi pilihan bagi wanita.

Tiap produk mampu memenuhi kebutuhan wanita untuk selalu ingin tampil cantik dan terawat. Para perempuan berpendapat cantik itu menyangkut jasmani dan rohani dan penggunaan produk-produk kosmetik menjadi jalan instan untuk mempertahankan kondisi tersebut. (The-markeeters.com, 2010).

Namun, bukan hanya wanita yang peduli akan penampilan dengan menggunakan kosmetik dan *skin care*. Pria yang peduli penampilan juga semakin banyak. Ini ditandai dengan munculnya beragam produk perawatan khusus untuk pria di pasaran. Banyak pria yang rupanya menyadari pentingnya urusan penampilan dan citra diri. Bagi mereka, bersolek tak sekedar bagian penting dari perawatan diri, tapi juga meningkatkan kepribadian atau kepercayaan diri. (log.viva.co.id, 2012)

Pada era saat ini sangat berkembang pesat dan meluas, persaingan pun semakin ketat dan dapat kita temui di kota-kota besar salah satunya adalah Yogyakarta. Dimana dapat kita ketahui Yogyakarta merupakan salah satu kota besar yang memiliki berbagai tempat wisata, kuliner, sekolah dan berbagai perguruan tinggi swasta maupun negeri dan lain sebagainya, hal ini mendorong semakin banyaknya tempat pusat perbelanjaan produk skincare perawatan tubuh di Yogyakarta salah satunya ialah The Body Shop. The Body Shop sendiri merupakan perusahaan bisnis yang bergerak dibidang retail dengan system franchise. Usaha retail perusahaan The Body

Shop tidak hanya berdiri di Yogyakarta, melainkan perusahaan The Body Shop sudah terkenal di berbagai kota-kota di Indonesia bahkan di berbagai negara lainnya.

Penelitian ini mengambil objek produk The Body Shop karena berdasarkan pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 20% dibanding pada tahun sebelumnya (mediaindonesia.com). Hal ini merupakan peluang bagi para produsen kosmetik serta perawatan tubuh untuk memenuhi kebutuhan perempuan di Indonesia.

Banyaknya toko-toko skincare yang bersaing dalam pasar kosmetik untuk keberlangsungan kepuasan konsumen yang berdasarkan kebutuhan perawatan tubuh melalui produk yang ditawarkan oleh produsen. Konsumen dapat memilih produk yang sesuai selera masing-masing dan budget yang dimiliki.

Banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, beberapa diantaranya adalah persepsi harga, kualitas produk dan desain produk yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk hingga pada tahap kepuasan konsumen akan produk tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan dimana konsumen dihadapkan pada perasaan puas atau tidaknya, senang atau kecewa seseorang dengan membandingkan dan membeli ulang produk tersebut. Dalam penelitian ini kepuasan konsumen diukur melalui 3 indikator antara lainnya yaitu persepsi harga, kualitas produk, desain produk.

Secara sederhana persepsi harga dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan suatu harga yang akan dipasarkan, dengan harga yang terjangkau dan tidak terlalu tinggi. Jika harga produk yang dipasarkan terlalu tinggi maka minat konsumen berbelanja di tempat tersebut akan menurun dan konsumen pastinya mencari tempat yang menjual produk perawatan tubuh yang sejenis dengan harga yang lebih murah.

Selain dari aspek persepsi harga, aspek lain yang tentunya akan mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk. Di era yang semakin pesat ini, persaingan produk semakin marak terjadi dimana-mana, sangat penting bagi perusahaan dalam memperhatikan dan mempertahankan kualitas produknya, karena jika produk tersebut terjaga kualitasnya maka konsumen pun secara langsung akan tertarik dengan produk tersebut.

Selain persepsi harga dan kualitas produk, faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah desain produk. Salah satu keunggulan yang bisa ditawarkan oleh The Body Shop dari segi desain produk, The Body Shop juga harus menyadari pentingnya pemasaran dari desain produk terutama desain penampilannya. Ketetapan manajemen perusahaan dalam memilih warna/desain apa yang sesuai serta kapan harus mengganti suatu produk. Untuk segi desain produk The Body Shop ada berbagai macam bentuk dan pilihan warna.

Alasan peneliti melakukan penelitian produk The Body Shop karena The Body Shop merupakan produk skincare perawatan tubuh bahkan beberapa produk kosmetik, dimana The Body Shop ini brand ternama dan sudah dikenal oleh banyak kalangan masyarakat Indonesia. The Body Shop juga mempunyai keunggulan kualitas bahan alami yang terkandung di berbagai produknya, bahan-bahan alami tersebut berasal dari tumbuh-tumbuhan lokal maupun manca

negara, dan sudah banyak tersebar toko-toko resmi The Body Shop di Indonesia sehingga dapat memudahkan pelanggan atau konsumen untuk membeli produk The Body Shop.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian tentang “ **Analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan desain produk terhadap kepuasan konsumen The Body Shop**”

## 1.2 Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah desain produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
4. Apakah pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan desain produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Subjek penelitian ini adalah masyarakat umum yang pernah berbelanja di The Body Shop.
2. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Desember 2019 sampai dengan selesai.
3. Responden yang diteliti berusia kurang lebih 17- 40 tahun.
4. Responden yang diteliti berjumlah 100 orang.



#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasn konsumen
3. Menganalisis pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen
4. Menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan desain produk terhadap kepuasan konsumen

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini diharapkan hasilnya akan memberikan manfaat yang berarti bagi sesama pihak, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pemasaran khususnya mengenai pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan desain terhadap kepuasan konsumen

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dan pedoman dalam penentuan persepsi harga, kualitas produk dan desain produk terhadap kepuasan konsumen

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk memperkaya kajian- kajian yang terkait dengan perilaku konsumen, kualitas produk dan manajemen pemasaran.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Pertama persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen The Body Shop. Kedua kualitas produk terhadap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen The Body Shop. Ketiga desain produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen The Body Shop. Dan yang keempat variabel persepsi harga, kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen The Body Shop.

## 5.2 Saran

Hasil penelitian ini masih mengandung keterbatasan-keterbatasan, oleh karena itu adapun saran untuk penelitian selanjutnya dan bagi perusahaan adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi Perusahaan

a. Persepsi Harga memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen The Body Shop. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan The Body Shop dapat mempertahankan harga produk yang cukup terjangkau dan sesuai dengan manfaatnya sehingga konsumen merasa puas dengan produk yang didapatkan.

b. Kualitas Produk memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen The Body Shop. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan The Body Shop dapat mempertahankan, meningkatkan kualitas produk yang telah ada dan tetap menjaga kualitas produknya untuk mempertahankan kepuasan konsumen The Body Shop.

c. Desain Produk tetap mempertahankan desain yang bervariasi bahkan menambah inovasi baru dalam mendesain produknya sehingga konsumen selalu merasa puas dengan desain produk yang menarik dan tidak ketinggalan jaman.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang akan datang yang ingin meneliti atau ingin melanjutkan penelitian ini diharapkan untuk dapat mencari faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain persepsi harga, kualitas produk dan desain produk. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lainnya agar data yang diharapkan dapat lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariadi Yudha Nugroho, Rizal Hadi Magnadi. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Members Game Center Skyland Kota Semarang). *Jurnal Manajemen*, Vol 7, No, 1
- Cockrill, Antje., Mark M.H. Goode. (2010). Perceived Price And Price Decay In the DVD Market. *The Journal of Product And Brand Management*.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* edisi kelima.Semarang: Universitas Diponegoro
- Hartono, Jogiyanto. (2014). " *Metode Penelitian Bisnis*". Edisi Ke-6. Yogyakarta.Universitas Gadjah Mada.
- Kotler, P. & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Amstrong .(2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas.Jilid 1.Jakarta:Erlangga.
- Kotler, P & Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, (1997).*Dasar Dasar Pemasaran*, jilid 1. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, P. (1998). *Manajemen Pemasaran edisi Bahasa Indonesia Jilid 2*. Jakarta : PT. Ikrar Mandiriabadi.
- Kotler, P. & A.B. Susanto, (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, buku 1. Jakarta : Selemba Empat
- Lee, Simon; Abdou Illia., Lawson-Body, Assion, (2011). Perceived Price of Dynamic Pricing, *Journal of Industrial Management + Data Systems*.
- Lee, Simon; Abdou Illia., Lawson-Body, Assion, 2011. Perceived Price of Dynamic Pricing, *Journal of Industrial Management + Data Systems*.
- Mustafa, Zainal EQ. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, (2009).
- Ria Fitri Astuti. (2018). *Pengaruh Desain Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat*. Skripsi Manajemen Bisnis Syariah.
- Sugiyono.(2014). *Metode Penelitian Manajemen.Cetakan ke-3*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* . Cetakan ke dua puluh enam. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, (1997).
- Tina Martini. (2015). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic*. Jurnal Penelitian, Vol 9, No, 1