

**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi
Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Fashion Story Yogyakarta**



Disusun Oleh:

Jihanita Rahma Praditha

11170190

PROGRAM STUDI MANAJEMEN-FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Jihanita Rahma Praditha

11170190

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

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 : Jihanita Rahma Praditha
NIM : 11170190
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:

“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Fashion Story Yogyakarta”

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 : 16 Agustus 2021

Yang menyatakan



(Jihanita Rahma Praditha)

NIM: 11170190

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Fashion Story Yogyakarta”

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

JIHANITA RAHMA PRADITHA

11170190

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

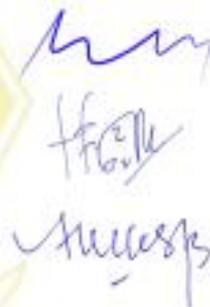
Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 12 Agustus 2021

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Ety Istriani, MM
(Ketua Tim Penguji/ Dosen Penguji)
2. Hardo Firmana G.G. Manik, SE., M.Sc
(Dosen Penguji)
3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Dosen Pembimbing/ Dosen Penguji)



Yogyakarta, 23 Agustus 2021

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, M.Si

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI FASHION STORY
YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain, Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah ada dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 21 Juli 2021



Jihanita Rahma Praditha

11170190

KATA PENGANTAR

Puji Syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI FASHION STORY YOGYAKARTA”** Studi kasus pada konsumen di toko Fashion Story Yogyakarta. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis pada Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menjadi bahan masukan bagi rekan-rekan dalam menyusun skripsi.

Yogyakarta, 20 Juli 2021

Penulis,



Jihanita Rahma Praditha

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	6
1.5 BATASAN PENELITIAN.....	7
BAB 2.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 LANDASAN TEORI.....	8
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2. KUALITAS PRODUK.....	9
a. Definisi Produk.....	9
b. Definisi Kualitas Produk.....	9
c. Indikator Kualitas Produk.....	10
3. KUALITAS PELAYANAN.....	11
a. Pengertian Pelayanan.....	11
b. Definisi Kualitas Pelayanan.....	12

c.	Indikator Pelayanan	12
4.	PERSEPSI HARGA	13
a.	Definisi Persepsi	13
b.	Pengertian Harga	13
c.	Definisi Persepsi Harga	13
d.	Indikator Persepsi Harga	14
5.	KEPUASAN KONSUMEN	14
a.	Pengertian Kepuasan Konsumen	14
b.	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	15
c.	Indikator Kepuasan Konsumen	16
2.2	Peneliti Terdahulu	18
2.3	Pengembangan Hipotesis	19
2.4	Kerangka Penelitian	19
2.5	Hubungan Antar Variabel	20
a.	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	20
b.	Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	20
c.	Hubungan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	21
BAB 3		23
METODA PENELITIAN		23
3.1 JENIS PENELITIAN		23
3.2 SUBYEK DAN OBYEK PENELITIAN		24
3.2.1	Subyek Peneliti	24
3.2.2	Obyek Peneliti	24
3.3 POPULASI DAN SAMPEL		24
3.3.1	Populasi	24
3.3.2	Sampel	25
3.5 JENIS DAN SUMBER DATA		25
3.5.1	Jenis Data	25
3.5.2	Sumber Data	26
3.6 METODE PENGUMPULAN DATA		26
3.7 VARIABEL DAN DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL		27
3.6.1	Variabel Penelitian	27

3.6.2 Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	27
3.6.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	28
3.8 ANALISIS DATA.....	31
3.8.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	31
BAB 4.....	37
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	37
4.1.1 Sejarah Singkat Fashion Story.....	37
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	37
4.2.1 Uji Validitas.....	37
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	39
4.2.3 Hasil Analisis Deskriptif.....	40
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
4.2.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47
4.2.6 Hasil Analisis Uji Pengaruh Simultan F.....	47
4.2.7 Analisis Uji Parsial (t-test)	48
4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data.....	52
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Pada Kepuasan Pelanggan.....	52
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	53
4.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Pada Kepuasan Pelanggan.....	53
BAB 5.....	55
PENUTUP.....	55
5.1 Simpulan.....	55
5.1.1 Deskripsi Profil Responden.....	55
5.1.2 Hasil Uji Hipotesis.....	56
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	56
5.3 Saran.....	58
5.3.1 Saran Bagi Fashion Story.....	58
5.3.2 Saran Untuk Penguji Selanjutnya.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	63
LAMPIRAN 1.....	63

LAMPIRAN 2.....	68
REKAPITULASI DATA X1 DAN X2.....	68
LAMPIRAN 3.....	71
REKAPITULASI DATA X3 DAN Y.....	71
LAMPIRAN 4.....	74
VALIDITAS.....	74
RELIABILITY.....	75
DESKRIPTIF.....	76
REGRESI LINIER BERGANDA DAN PARSIAL (t-test)	78
UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)	78
SIMULTAN (F)	78
R TABEL.....	79
LAMPIRAN 5.....	82
HALAMAN PERSETUJUAN.....	82
LAMPIRAN 6.....	83
KARTU KONSULTASI SKRIPSI.....	83
LAMPIRAN 7.....	84
REVISI UJIAN PENDADARAN.....	84
LAMPIRAN 8.....	86
FORMULIR REVISI JUDUL SKRIPSI.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Gerai Fashion di Yogyakarta.....	3
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	39
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	39
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga.....	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	40
Tabel 4.6 Profil Responden Menurut Umur.....	41
Tabel 4.7 Profil Responden Menurut Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.8 Profil Responden Menurut Pekerjaan.....	42
Tabel 4.9 Profil Responden Menurut Pendapatan per Bulan.....	43
Tabel 4.10 Profil Responden Menurut Frekuensi Pembelian 6 Bulan Terakhir.....	44
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	47
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji F.....	48
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji t.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	19
-------------------------------------	----

©UKDW

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Fashion Story Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel dari kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Fashion Story Yogyakarta untuk semua masyarakat yang berada di kota Yogyakarta, Sleman dan Bantul. Adapun variabel pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga. Dan satu variabel dependen yaitu: kepuasan konsumen.

Sampel yang dipilih penulis untuk penelitian ini adalah dengan metode purposive sampling dengan jumlah 100 orang untuk menjadi responden. Cara yang dilakukan untuk metode survei kepada pelanggan Fashion Story adalah dengan mendatangi langsung toko Fashion Story dan menyebarkan kuesioner untuk para pelanggan. Untuk analisis data penulis menggunakan regresi linear berganda, dengan uji hipotesis uji f dan uji-t.

Untuk hasil analisis data yang telah penulis lakukan dengan uji regresi linier, dapat diambil kesimpulan bahwa, kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan pada kepuasan konsumen, yang menunjukkan bahwa hipotesis pada penelitian ini diterima. Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan pada kepuasan konsumen, yang menunjukkan bahwa hipotesis pada penelitian ini diterima. Persepsi Harga mempunyai pengaruh yang signifikan pada kepuasan konsumen, yang menunjukkan bahwa hipotesis pada penelitian ini diterima.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Konsumen

The Influence Of Product Quality, Service Quality, Price Perception On Consumer Satisfaction At The Fashion Story Yogyakarta

This research aims to determine the effect of the variables of product quality, service quality, price perception on customer satisfaction at Fashion Story Yogyakarta for all people in the city of Yogyakarta, Sleman and Bantul. The variables in this research consisted of three independent variables, that is: product quality, service quality, and price perception. And one dependent variable, that is: consumer satisfaction.

The sample used by the author for this research is purposive sampling method of 100 people respondents. The method used for the survey to Fashion Story customers is to go directly to the Fashion Story store and distribute questionnaires to customers. For data analysis, the author uses multiple linear regression, with hypothesis testing f-test and t-test.

For the results of the data analysis that the authors have done with linear regression test, it can be concluded that product quality has a significant effect on consumer satisfaction which indicates that the hypothesis in this study is accepted. Service quality has a significant effect on customer satisfaction which indicates that the hypothesis in this study is accepted. Price perception has a significant effect on consumer satisfaction which indicates that the hypothesis in this study is accepted.

Keywords: product quality, service quality, price perception, and customer satisfaction

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dengan berkembangnya zaman, secara tidak langsung kita diharuskan untuk mengikuti perkembangan zaman. Mulai dari berbagai macam kebutuhan manusia yang sangat banyak membuat kita untuk terus berfikir cara untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan manusia. Untuk mengerti dan mengetahui keinginan konsumen yang sangat banyak menjadi hal yang bisa dibilang tidak mudah, dikarenakan setiap konsumen pasti memiliki karakter yang bermacam-macam. Perilaku konsumen dipengaruhi dengan kondisi internal dan juga di pengaruhi oleh faktor eksternal. Seiring dengan berkembangnya zaman dan selera dari para konsumen, pakaian tidak hanya sebagai suatu kebutuhan untuk menutupi aurat, tetapi juga mempunyai peran untuk meningkatkan penampilan seseorang.

Semakin berkembangnya dunia fashion di semua kalangan, tentu produk fashion akan selalu berubah untuk terus mengikuti perkembangannya. Seiring berjalannya waktu dunia fashion akan terus mengalami perubahan terutama pada model karena mengikuti perubahan gaya hidup yang ada dan perubahan zaman.

Meningkatnya dunia fashion yang hampir ada semua usia. Produk fashion terus mengalami perubahan, mulai dari model dan bentuknya. Seiring berkembangnya zaman dunia fashion akan terus melakukan update dikarenakan terjadinya gaya hidup masyarakat yang berubah. Perubahan ini disebabkan adanya media massa, terutama media sosial karena media sosial akan terus update untuk memberikan informasi terbaru tentang fashion dan entertainment yang dengan mudahnya dapat dilihat oleh masyarakat. Secara khusus di Kota Yogyakarta, industri fashion yang sekarang sudah menjadi pilihan untuk membuka usaha, yaitu toko fashion.

Semakin hari toko fashion di Kota Yogyakarta semakin meningkat yang menjual berbagai macam fashion yang ada.

Fashion Story Yogyakarta merupakan toko yang menyediakan produk fashion yang berdiri sejak tahun 2016, datang dengan mempunyai berbagai macam model yang bisa memenuhi kebutuhan dari berbagai kalangan. Berdirinya Fashion Story mempunyai semangat untuk mencari celah pasar yang ada di Yogyakarta. Fashion Story adalah salah satu toko fashion yang menawarkan fashion yang mempunyai kualitas bagus tetapi menawarkannya kepada konsumen dengan harga yang bisa dikatakan terjangkau. Fashion Story juga tidak hanya menjual fashion saja tetapi menjual beberapa produk lainnya berupa tas, sepatu, dan masih banyak aksesoris lainnya. Salah satu gerai Fashion Story berada di Jalan Kyai Mojo nomor 92, Bener, Tegalrejo Yogyakarta.

Banyaknya toko fashion di Yogyakarta, konsumen harus lebih selektif dalam memilih tempat belanja fashion. Persaingan yg ketat membuat para pemilik fashion harus terus berinisiatif untuk selalu update mengenai produk fashion dan memperhatikan kualitas, seta harga yang diberikan. Karena konsumen akan mempertimbangkan harga dan kualitas yang diberikan oleh toko.

Tabel 1.1
Gerai Fashion di Yogyakarta

Gerai Fashion di Yogyakarta	
Gerai Fashion	Lokasi
Sakola	Jalan Kapten Piere Tendean Nomor 47, Wirobrajan, Kota Yogyakarta
Jolie	Jalan Kapten Piere Tendean Nomor 29, Wirobrajan, Kota Yogyakarta
Viola	Jalan Selokan Mataram No 50, Pringgolayan Dabag, Condongcatur, Dabag, Condongcatur, Sleman, DIY.

Dengan kondisi persaingan toko fashion yang semakin banyak, yang juga dibarengi dengan maraknya toko on-line, maka toko Fashion Story harus lebih memahami hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumennya. Hal yang bisa menimbulkan rasa puas untuk konsumen salah satunya adalah dengan kualitas produk tersebut. Kualitas produk yaitu salah satu hal yang selalu diperhatikan oleh konsumen, karena konsumen akan selalu menginginkan kualitas produk yang terbaik. Berdasarkan Kotler & Armstrong (2014:11), kualitas produk yaitu kekuatan produk ketika mempraktikkan kegunaannya, faktor ini dapat meliputi ketahanan, jaminan, akurasi, cara mudah menggunakan, serta perbaikan produk, dan kelengkapan produk-produknya. Jika produk tersebut ketika menjalankan fungsinya dengan baik maka produk itu dapat disebut produk yang mempunyai keunggulan yang bagus.

Tidak hanya faktor kualitas produk, faktor kualitas pelayanan juga penting terhadap kepuasan konsumen, karena setiap pelayanan diberikan untuk konsumen akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2000:25), kualitas pelayanan adalah keseluruhan mulai

dari keunikan barang atau jasa yang memperlihatkan kebiasaannya agar mencapai kepuasan keperluan pelanggan, untuk dapat terlihat maupun yang tidak terlihat.

Tidak hanya disebabkan karena kualitas produk dan kualitas layanan, tinjauan terhadap harga juga semakin penting untuk menciptakan kepuasan konsumen, maka dari harga yang sudah dibuat oleh perusahaan bisa membuat tingkat permintaan untuk produk yang berbeda, karena harga merupakan faktor yang ditinjau konsumen untuk memilih produk atau bertransaksi. Menurut Kotler dan Armstrong (2010:314), harga yaitu sejumlah uang yang diberikan untuk produk atau jasa atau nilai yang sudah diberikan untuk konsumen karena sudah mempunyai ataupun sudah memakai produk dan jasanya.

Maksud pembuatan harga mempunyai hubungan dengan target penjualan barang dan jasa. Beberapa usaha membuat harga yang murah tetapi masih dengan kualitas produk yang bagus sehingga produk yang ditawarkan bisa mendapatkan target pasar yang luas. Tetapi produsen sudah menghitung keuntungan dari penjualan yang dilakukan. Pembuatan harga dibuat dengan beberapa pertimbangan, supaya tetap bisa menjaga loyalitas dan hubungan dengan konsumen agar bisa melakukan pembelian kembali. Perusahaan tidak bisa hanya sekedar mendapatkan penjualan dari target pasarnya, namun tetap menjaga loyalitas konsumennya. Dengan menggunakan cara membuat harga yang bisa bersaing, dengan membuat persepsi harga yang pas dan menggunakan kualitas yang bagus.

Berdasarkan dari deskripsi diatas, peneliti ingin membuat penelitian tentang kepuasan konsumen, yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen di Fashion Story Yogyakarta. Untuk itu peneliti mengangkat judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI FASHION STORY YOGYAKARTA”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Mengingat landasan diatas, bahwa dalam rumusan masalah untuk penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Fashion Story Yogyakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Fashion Story Yogyakarta?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Fashion Story Yogyakarta?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Mengingat rumusan masalah diatas, bahwa dalam tujuan penelitian untuk penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen di Fashion Story.
2. Untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Fashion Story.
3. Untuk menguji pengaruh Persepsi Harga terhadap kepuasan konsumen di Fashion Story.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini semoga bisa memberikan wawasan untuk orang yang membutuhkan seperti:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini semoga bisa mengajukan saran dengan memberikan masukan dari konsumen tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga di Fashion Story supaya bisa membantu perusahaan untuk memberi produk yang baik agar konsumen bisa merasa puas kemudian memiliki dampak meningkatkan penjualan.

2. Bagi Universitas Kristen Duta Wacana

Penelitian bisa digunakan untuk mendapatkan ilmu untuk semua orang yang melihat dan membaca, dan menjadikan sebagai landasan dan dapat memberikan beberapa informasi untuk penelitian berikutnya.

3. Bagi Masyarakat

Untuk informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh toko Fashion Story dan juga bisa untuk informasi mengenai produk yang dijual dan pertimbangan produk dengan toko fashion lainnya.

4. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini semoga saya bisa mendapatkan ilmu, menambah wawasan, serta pengalaman, dan saya juga bisa tau seberapa penting landasan teori yang saya dapatkan selama belajar waktu kuliah dan ketika terjun langsung ke dalam dunia kerja yang sebenarnya.

1.5 BATASAN PENELITIAN

Adapun batasan masalah supaya penelitian ini masih dalam penelitian yang diteliti, sehingga penelitian ini dapat ditunjukan pada:

1. Lokasi

Lokasi penelitian dilakukan di Fashion Story yang berada di Jalan Kyai Mojo Nomor 92 Bener, Kecamatan Tegalrejo Kota Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan untuk konsumen yang berada di kota Yogyakarta, Sleman, dan Bantul.

2. Responden

- Gender : Pria dan Wanita
- Umur : Remaja hingga Dewasa (Usia 15 – 45 Tahun)

3. Jumlah Responden : Total responden untuk penelitian ini yaitu 100 orang.

4. Penyebaran Kuesioner : Kuesioner disebarakan dengan menggunakan Google Form.

5. Variabel-variabel

Variabel-variabel untuk penelitian ini yaitu:

- Variabel independen : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga
- Variabel dependen : Kepuasan Konsumen

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari kesimpulan analisis dan penguraian terhadap pengaruh variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga pada Kepuasan Konsumen pada masyarakat yang berada di kota Yogyakarta, Sleman, dan Bantul, maka dapat diambil simpulan yaitu :

5.1.1 Deskripsi Profil Responden:

- a. Responden untuk pengujian ini yaitu 100 responden / konsumen di Fashion Story Yogyakarta. Responden laki-laki sebesar 40 responden, sedangkan responden wanita sebesar 60 responden. Kemudian responden dikelompokkan mulai dari umur, yang pertama berumur 15-17 tahun ada 17 responden, yang kedua berumur >18-24 tahun ada 46 responden, yang ketiga berumur >25-30 tahun ada 25 responden, yang keempat berumur >31-35 tahun ada 11 responden, dan yang kelima berumur >36-40 tahun ada 1 responden. Responden memiliki pekerjaan yang bermacam-macam jadi penulis menjadikan beberapa kelompok yaitu Wiraswasta adalah 12 responden, Pegawai Swasta adalah 17 responden, PNS adalah 11 responden, Mahasiswa/Pelajar adalah 58 responden, dan Lainnya adalah 2 responden. Responden juga mempunyai pendapatan yang berbeda oleh karena itu penulis menjadikan beberapa kelompok yaitu pendapatan <Rp 1.000.000 adalah 58 orang, pendapatan >Rp 1.000.000-Rp 3.000.000 adalah 23 responden, pendapatan >Rp 3.000.000-Rp 5.000.000 adalah 14 responden, pendapatan

>Rp 5.000.000-Rp 7.000.000 adalah 3 responden, pendapatan >Rp 7.000.000 adalah 2 responden. Responden juga dikelompokkan dalam frekuensi pembelian 6 bulan terakhir yaitu 1 kali adalah 86 responden, 2-3 kali adalah 14 responden.

5.1.2 Hasil Uji Hipotesis:

- a) Kualitas Barang berpengaruh signifikan pada Kepuasan Pelanggan di Fashion Story untuk masyarakat di Yogyakarta, Sleman, dan Bantul.
- b) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan pada Kepuasan Pelanggan di Fashion Story untuk masyarakat di Yogyakarta, Sleman, dan Bantul.
- c) Persepsi Harga berpengaruh signifikan pada Kepuasan Pelanggan di Fashion Story untuk masyarakat di Yogyakarta, Sleman, dan Bantul.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pengujian ini telah dilakukan dengan sungguh-sungguh serta semaksimal mungkin, tapi masih ada keterbatasan dari penelitian, yaitu:

- a) Penelitian ini hanya mengangkat sampel untuk gerai Fashion Story yang ada di Yogyakarta, yang berada di Jl. Kyai Mojo No.92, Bener. Ada baiknya dapat mengambil sampel dari pembeli di semua outlet Fashion Story yang ada pada sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan untuk konsumen pada industri fashion.
- b) Jumlah responden pada penelitian ini juga sangat terbatas yaitu 100 responden, sehingga ada kemungkinan belum merepresentasikan keberagaman konsumen.
- c) Pengujian ini hanya meliputi variable Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga, dan masih terdapat variable lainnya yang bisa mempengaruhi

Kepuasan Pelanggan, seperti Brand Image, Keragaman Produk, Faktor Emosional, dll.

- d) Penyebaran kuesioner yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan Google Form yang disebarakan melalui media social pada konsumen Fashion Story setelah mereka berbelanja di toko tersebut, sehingga peneliti tidak bisa mengontrol isi dari jawaban responden.

©UKDW

5.3 Saran

Dari hasil pengujian, pembahasan, serta kesimpulan, ada beberapa saran yang bisa disampaikan, yaitu:

5.3.1 Saran Bagi Fashion Story

- a) Untuk faktor Kualitas Produk berpengaruh positif pada Kepuasan Pelanggan, maka perusahaan harus selalu mengembangkan atau berinovasi atas bentuk (*form*), ketahanan (*durability*), gaya (*style*), desain (*design*) dari produk fashion yang dijual sehingga konsumen akan selalu merasa puas.
- b) Pada faktor Kualitas Pelayanan berpengaruh positif pada Kepuasan Pelanggan, maka perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan, meliputi tampilan fisik, keandalan layanan, ketanggapan dan empati dari karyawan sehingga memberikan jaminan agar konsumen akan tetap merasa puas.
- c) Pada faktor Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, maka perusahaan dalam menentukan harga produknya harus selalu memperhatikan keterjangkauan harga, daya saing dan kesesuaian harga tersebut dengan kualitas produknya agar konsumen akan merasa puas.
- d) Untuk Fashion Story bisa menyediakan suatu tim yang bertugas untuk selalu mengikuti dan update mengenai *trend fashion* yang ada, baik di dalam negeri maupun luar negeri sehingga Fashion Story bisa tetap mengikuti *trend fashion* yang ada dan konsumen juga akan lebih merasa puas.

5.3.2 Saran Untuk Penguji Selanjutnya

- a) Penguji berikutnya semoga bisa meneliti gerai beberapa gerai Fashion Story, sehingga bisa mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.
- b) Peneliti diharapkan bisa menambahkan variabel independen lainnya, agar dapat melihat faktor yang mempunyai pengaruh pada Kepuasan Konsumen dengan lebih lengkap.
- c) Peneliti diharapkan bisa memperluas sampel agar data yang dihasilkan bisa lebih representatif.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014). *Principles of Marketing*. 12th Edition, Jilid 1 Terjemah Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management. Edisi Milenium*, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran, In Media*, Yogyakarta.
- Kotler, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Stanton, William J. 2008. *Fundamental of Marketing*. 10 Edition. Mc. Graw-Hill International Edition, New York.
- Buchari Alma, (2007), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Moenir, H.AS, (2008). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Jakarta, Bumi Aksara
- Lijan, Poltak Sinambela. 2008. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta : BumiAksara
- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Slameto. 2010. *Belajar dan faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Djaslim Saladin, 2001, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Lindakarya, Bandung.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Muharam, Wifky dan Soliha, Euis. 2017. "Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio". *Proseding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers UNISBANK*, pp. 755-762.
- Philip Kotler (2005) *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.

- Amir, M. Taufiq. 2012. *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali.
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Gaspersz, V. (2002). *Total Quality Management*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Siswanto Sutojo. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Damar Mulia Pustaka
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Jakarta: Salemba Empat
- Basu, Swasta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Nanang Martono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Rajawali Pers
- Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan*. Usahawan, No.5
- Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo. (2002). *Service Marketing*. McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Husaini Usman. (2006). *Manajemen, Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyatiningsih, E. 2011. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Zulfikar. 2016. *Pengantar Pasar Modal Dengan Pendekatan Statistika Edisi Pertama*, Cetakan Pertama. Yogyakarta : Gramedia
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ridwan. (1997). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta

- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

©UKDW