

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN FASILITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
CV. CIPTA MANDIRI PERSADA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH:**

**Kevin Geraldo Budijanto**

**11170163**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA  
2022**

## HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

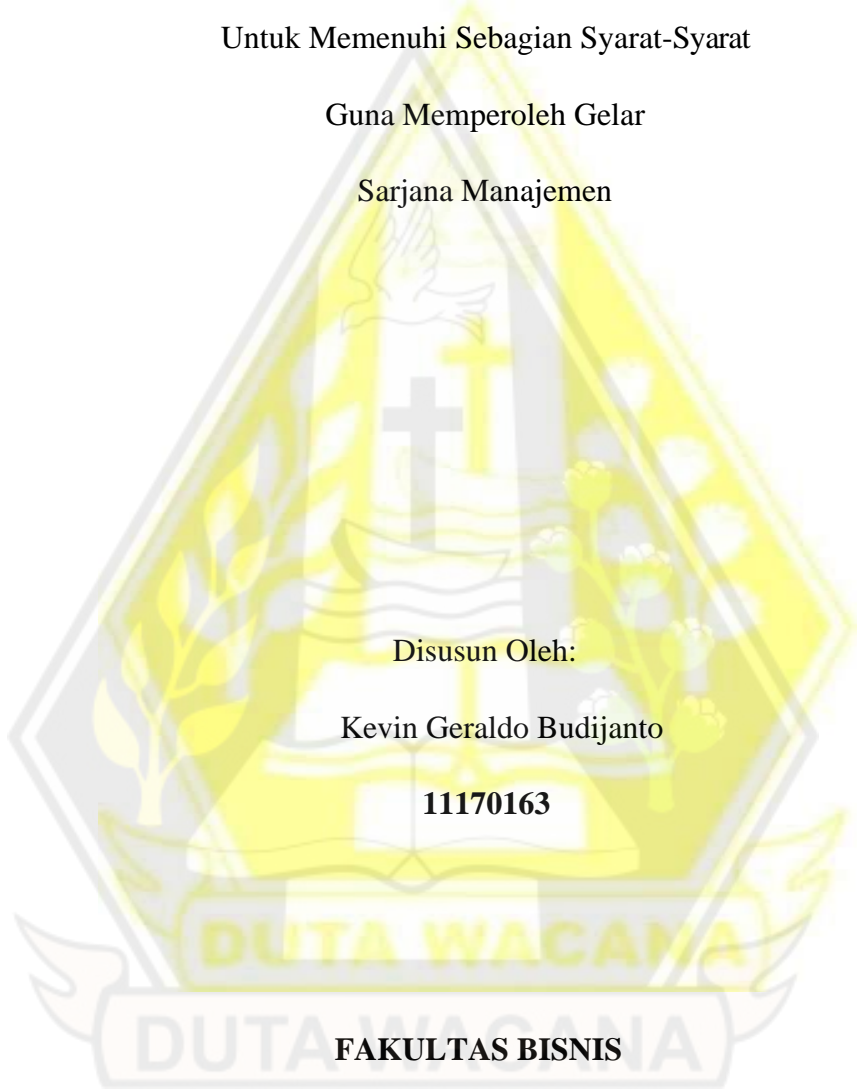
Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Kevin Geraldo Budijanto

**11170163**



**DUTA WACANA**  
**FAKULTAS BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**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 : Kevin Geraldo Budijanto  
NIM : 11170163  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi  
Dosen Pembimbing : Jonathan Herdioko, SE., MM

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, HARGA DAN FASILITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN CV. CIPTA MANDIRI PERSADA YOGYAKARTA”**

berserta 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 : 14 JANUARI 2022

Yang menyatakan

(Kevin Geraldo Budijanto)  
NIM: 11170163

DUTA WACANA

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN FASILITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CV. CIPTA MANDIRI  
PERSADA YOGYAKARTA”**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**KEVIN GERALDO BUDIJANTO**

**11170163**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen Pada tanggal 09 Mei 2022

**Nama Dosen**

**Tanda Tangan**

1. Dr. Singgih Santoso, MM  
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM  
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, SE., MM  
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

*[Handwritten signatures of Dr. Singgih Santoso, Dra. Purwani Retno Andalas, and Jonathan Herdioko]*

Yogyakarta, 25 Mei 2022

**Disahkan Oleh:**

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, M.Si.

*[Handwritten signature of Drs. Sisnuhadi]*

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya skripsi dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN FASILITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CV. CIPTA  
MANDIRI PERSADA YOGYAKARTA”**

Saya kerjakan guna memenuhi sebagian syarat-syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, adalah MURNI hasil pekerjaan saya dan bukan tiruan atau duplikasi dari karya pihak yang lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah di cantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi tiruan dari karya pihak lainnya, maka saya bersedia di berikan sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 14 JANUARI 2022



Kevin Geraldo Budijanto (11170163)

**DUTA WACANA**

## HALAMAN MOTO

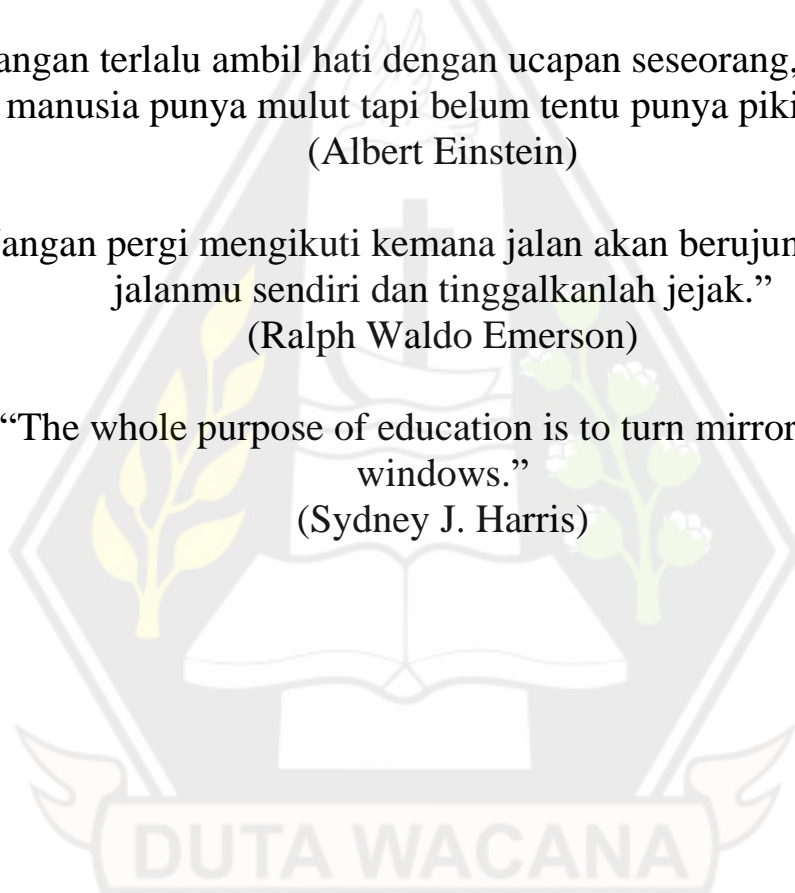
“The aim of education should be to teach us rather how to think, than what to think-rather to improve our minds, so as to enable us to drink for ourselves, than to load the memory with thoughts of other men.”  
(Bill Beattie)

“Rahasia kesuksesan adalah mengetahui yang orang lain tidak ketahui.”  
(Aristotle Onassis)

“Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran.”  
(Albert Einstein)

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak.”  
(Ralph Waldo Emerson)

“The whole purpose of education is to turn mirrors into windows.”  
(Sydney J. Harris)

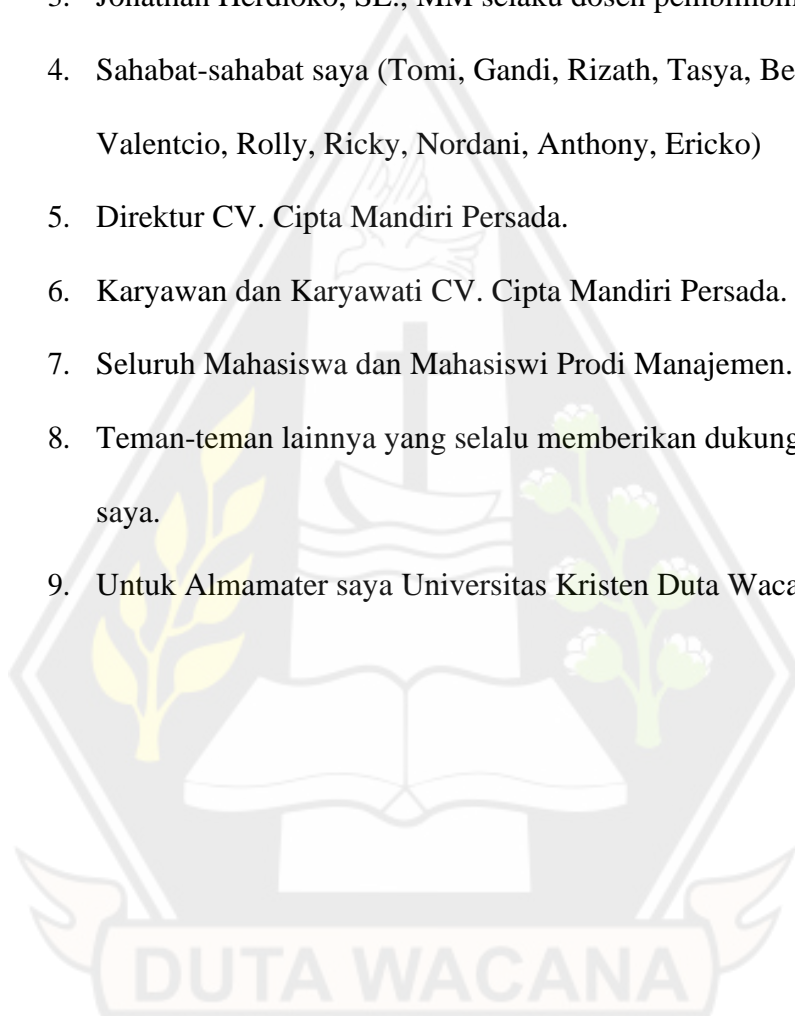




## HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan skripsi ini untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus.
2. Kedua orang tua dan kakakku.
3. Jonathan Herdioko, SE., MM selaku dosen pembimbing.
4. Sahabat-sahabat saya (Tomi, Gandi, Rizath, Tasya, Bellano, Valencio, Rolly, Ricky, Nordani, Anthony, Ericko)
5. Direktur CV. Cipta Mandiri Persada.
6. Karyawan dan Karyawati CV. Cipta Mandiri Persada.
7. Seluruh Mahasiswa dan Mahasiswi Prodi Manajemen.
8. Teman-teman lainnya yang selalu memberikan dukungan kepada saya.
9. Untuk Almamater saya Universitas Kristen Duta Wacana.




### KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas Berkat, Kasih Karunia dan Penyertaan-Nya, saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Penulisan proposal skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan proposal skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Bpk. Jonathan Herdioko, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- (2) Pihak dari CV. Cipta Mandiri Persada yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- (3) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- (4) Sahabat dan teman-teman yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yesus Kristus berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga proposal skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, 14 JANUARI 2022

  
Kevin Geraldo Budijanto

DUTA WACANA



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGAJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Kontribusi Penelitian.....	5
1.5. Batasan Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	6
2.1. Teori yang Melandasi Penelitian.....	6
2.1.1. Kualitas Produk .....	6
2.1.2. Persepsi Harga.....	11
2.1.3. Fasilitas Pelayanan .....	17
2.1.4. Kepuasan Konsumen.....	19
2.1.5. Penelitian yang Terdahulu.....	23
2.2. Komponen dan Tautan .....	31
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	37
3.1. Data dan Sumber .....	37
3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya .....	37
3.3. Desain Penelitian .....	39
3.4. Model Statistis dan Uji Hipotesis.....	39
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	41
4.1. Statistik Deskriptif .....	41
4.2. Uji Hipotesis .....	42
4.3. Pembahasan.....	51

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	54
	5.1. Simpulan .....	54
	5.2. Saran.....	55
	5.2. Keterbatasan dan Penelitian selanjutnya.....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		57
<b>LAMPIRAN</b> .....		61



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Persamaan Penelitian Penulis dengan Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 4.1 Tabel Skala Data .....	42
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas Pelayanan .....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Determinasi.....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji t Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.14 Ringkasan Hasil Penelitian .....	51

**DAFTAR GAMBAR**

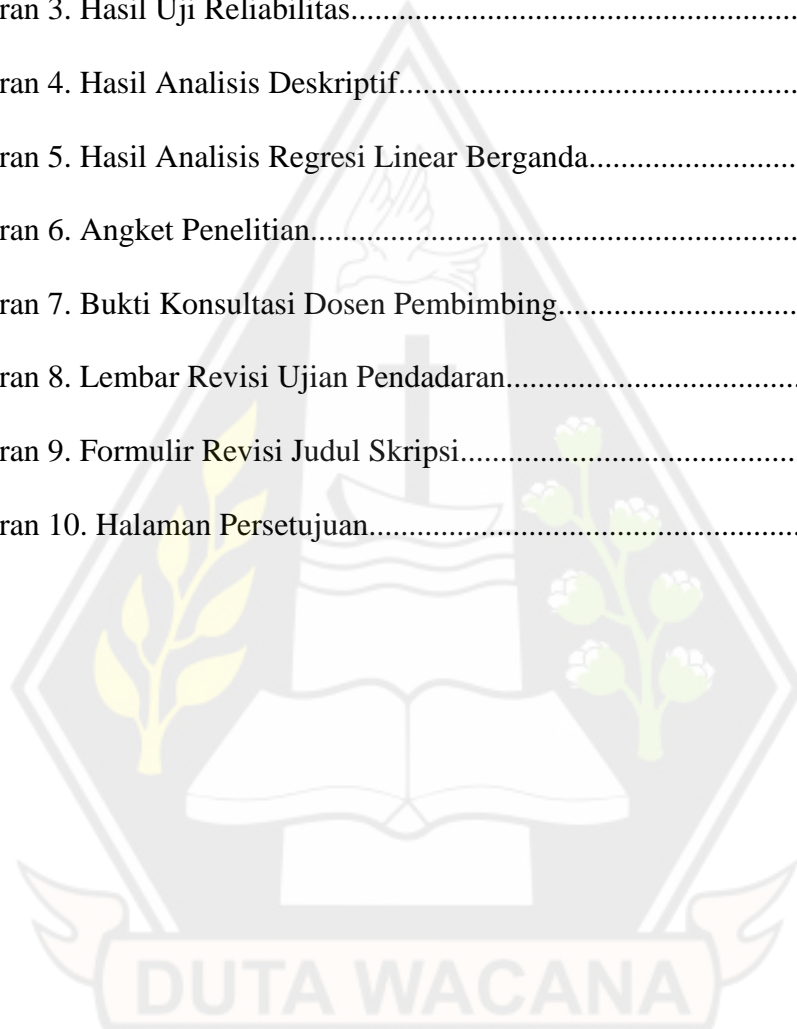
**Halaman**

Gambar 1. Kerangka Pikir..... 31



**DAFTAR LAMPIRAN**

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Data Penelitian.....	61
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas.....	69
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif.....	75
Lampiran 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
Lampiran 6. Angket Penelitian.....	78
Lampiran 7. Bukti Konsultasi Dosen Pembimbing.....	81
Lampiran 8. Lembar Revisi Ujian Pendadaran.....	83
Lampiran 9. Formulir Revisi Judul Skripsi.....	84
Lampiran 10. Halaman Persetujuan.....	85



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN FASILITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
CV. CIPTA MANDIRI PERSADA YOGYAKARTA**

**Kevin Geraldo Budijanto**

**11170163**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

***Email: [kevingeraldo45@gmail.com](mailto:kevingeraldo45@gmail.com)***

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian meliputi: (1) Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta; (2) Menganalisis pengaruh persepsi harga secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta; (3) Menganalisis pengaruh fasilitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta; dan (4) Menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan fasilitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas produk, persepsi harga, fasilitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Penelitian ini dilaksanakan di CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta pada bulan Juli 2021 yang berjumlah 110 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang minimal pernah melakukan pembelian di CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta minimal satu kali. Sampel penelitian ini adalah seluruh konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta pada bulan Juli 2021 yang berjumlah 110 orang. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan adalah analisa regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis data maka diperoleh kesimpulan: (1) Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta. (2) Persepsi Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta. (3) Fasilitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta. (4) Kualitas produk, persepsi harga dan fasilitas pelayanan secara xiiimpiric-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta.

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



**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND SERVICE FACILITIES ON CONSUMER SATISFACTION AT CV. CIPTA MANDIRI PERSADA YOGYAKARTA**

**Kevin Geraldo Budijanto**

**11170163**

*Department Management Faculty of Business*

*Duta Wacana Christian University*

*Email: [kevingeraldo45@gmail.com](mailto:kevingeraldo45@gmail.com)*

**ABSTRACT**

*The research objectives include: (1) Analyzing the effect of product quality on consumer satisfaction at CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta; (2) Analyzing the effect of price perception together on consumer satisfaction at CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta; (3) Analyzing the effect of service facilities together on customer satisfaction at CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta; and (4) analyze the effect of product quality, price perception and service facilities simultaneously on consumer satisfaction at CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta.*

*This type of research was quantitative research. The variables in this study are product quality, price perception, service facilities and customer satisfaction. This research was conducted at CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta. The population in this study were all consumers of CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta in July 2021, totaling 110 people. The sampling technique used in this research is purposive sampling. The sample criteria in this study are consumers who at least have made purchases at CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta at least once. The sample of this research is all consumers of CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta in July 2021, totaling 110 people. Data collection techniques using a questionnaire. The analysis used is multiple linear regression analysis.*

*Based on the results of their data analysis, it was concluded: (1) Product quality has an effect on consumer satisfaction at CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta. (2) Price perception has an effect on consumer satisfaction in CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta. (3) Service facilities affect customer satisfaction at CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta. (4) Product quality, price perception and service facilities simultaneously affect consumer satisfaction at CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta.*

*Keywords: Product Quality, Price Perception, Service Facilities, Customer Satisfaction.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Berkembangnya sistem informasi di abad 21 serta hadirnya open market, menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha. Rivalitas yang semakin intens, membuat perusahaan menerapkan sejumlah strategi untuk memenuhi harapan konsumen. Namun perusahaan yang tidak berkembang, akan tereliminasi dari pasar. Beragam kebijakan diluncurkan perusahaan guna menangani rivalitas yang ada. Mempertahankan retensi konsumen menjadi salah satu langkah perusahaan, dengan terus memproduksi produk berkualitas sehingga mampu memenuhi harapan konsumen.

Kotler (2014:150) menjelaskan, suatu reaksi perasaan saat mengetahui hasil perbandingan kinerja dengan harapan, dinamakan kepuasan konsumen. Setuju dengan hal tersebut Pramudyo (2012) menambahkan, konsumen yang merasa puas menjadi bukti suksesnya pencapaian perusahaan. Perusahaan yang berhasil mendapatkan loyalitas pelanggan, terkait ketercapaian harapan konsumen, mampu mendatangkan laba serta keuntungan pasar lainnya.

Kepuasan konsumen dikatakan dapat memuaskan konsumen apabila dalam sebuah kinerja atau hasil yang diharapkan konsumen sesuai, yang hasilnya mereka akan merasa sangat puas dan gembira. Secara sederhana, produk yang membuat konsumen terpuaskan, akan menjadi alasan pembelian ulang oleh konsumen. Jika harapan konsumen yang dihasilkan oleh perusahaan ditetapkan pada tingkat kepuasan yang rendah, kinerja atau hasil perusahaan

mungkin jauh dari yang diharapkan oleh konsumen. Konsumen menjadi tidak puas dan akhirnya kecewa karena hal ini (Aryani dan Rosinta, 2010: 144).

Seperti yang ditunjukkan oleh Zeitham dan Bitner, sukacita klien dapat berdampak oleh berbagai unsur, termasuk kualitas administrasi, berkualitas yang berharga, sama seperti kualitas situasi (2010). Seperti yang ditunjukkan oleh Lupiyoadi (2001), ada lima 2mpiri prinsip yang memutuskan pembeli penuh: kualitas item, administrasi, reaksi antusias, dan nilai wawasan.

Seperti referensi di bagian masa lalu, salah satu elemen yang dapat mempengaruhi kesetiaan konsumen adalah kualitas umum dan eksekusi item (Zeitham, Berry 1990: 101). Menurut Fandy Tjiptono, hal ini berpendapat bahwa kesenangan konsumen ditentukan oleh nilai produk atau manfaat yang konsumen anggap bermanfaat (2004: 311). Pelanggan akan dapat memperoleh manfaat dari produk berkualitas tinggi jika dibeli dengan harga yang wajar. Korelasi ditemukan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan oleh Fornell (1992: 13) menggunakan data dari pelanggan Swedia. [Lihat juga: Menurut Cronin dan Taylor, kualitas produk secara keseluruhan memiliki hubungan yang signifikan secara 2mpirical dan positif dengan kepuasan konsumen (1992:65).

Konsumen cenderung membeli produk berkualitas, tentu dengan pertimbangan kesukaan serta dana. Terjalannya kecocokan antara produk dengan konsumen, membuat konsumen memutuskan untuk loyal pada produk yang sama. Ketika datang ke makanan dan minuman, konsumen menempatkan nilai tinggi pada kualitas karena mereka percaya itu memiliki dampak langsung pada kesehatan mereka. Konsumen akan lebih cenderung membeli produk jika

kualitas produk ditingkatkan (Fifyanita Ghanimata dan Mustafa Kamal, 2012: 3). Jika Anda membandingkan produk yang identik dari vendor yang berbeda, konsumen ingin memasukkan karakteristik seperti persepsi harga dalam perbandingan Anda.

CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta sebagai perusahaan distributor bata ringan juga harus melakukan berbagai upaya untuk mengoptimalkan kepuasan konsumen. Akan tetapi, berdasarkan studi pendahuluan diketahui bahwa perusahaan tersebut baru mendistribusikan beberapa merek bata ringan, sehingga konsumen belum memiliki banyak pilihan jika ingin membeli bata ringan berkualitas. Penetapan persepsi harga juga belum dapat dimaksimalkan mengingat perusahaan harus tetap mempertimbangkan keuntungan yang didapat karena pandemi Covid-19 juga mempengaruhi omzet penjualan. Fasilitas pelayanan juga menjadi kurang memuaskan mengingat adanya kebijakan *social distancing*, sehingga interaksi dengan konsumen harus tetap memperhatikan protokol kesehatan.

Mengingat keadaan ini, kami selaku peneliti tertarik melakukan penelitian yang lebih mendalam terhadap “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen terhadap Produk dan Layanan CV Cipta Mandiri Persada Yogyakarta adalah perseroan terbatas swasta.”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Mengingat masalah yang pernah disebutkan sebelumnya, layak untuk mengenali masalah yang menemani untuk dirawat:

- a. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta?
- b. Apakah ada pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta?
- c. Apakah ada pengaruh fasilitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Memikirkan tentang latar belakang sejarah dan sebelum mengumumkan tantangan, alasan untuk pemeriksaan ini adalah:

- a. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta.
- b. Menganalisis pengaruh persepsi harga secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta.
- c. Menganalisis pengaruh fasilitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta.

#### 1.4 Kontribusi Penelitian

a. Bagi penulis

Dalam ulasan ini, para pencipta memimpin penyelidikan observasional ke spekulasi yang telah diatur dan mencoba di pusat penelitian.

b. Bagi perusahaan

Cipta Mantri Persada Yogyakarta percaya bahwa hasil dari studi ini akan memicu diskusi dan percakapan di antara mereka yang terlibat dalam industri CV secara keseluruhan.

c. Bagi pembaca

Sebagai sumber informasi untuk tujuan akademik dan tugas penting lainnya.\

#### 1.5 Batasan Penelitian

a. Penelitian dan penyebaran kuesioner dilakukan kepada Konsumen CV.

Cipta Mandiri Persada Yogyakarta.

b. Penelitian rencananya dilakukan pada bulan Juli 2021.

c. 110 orang menjadi responden dalam penelitian.

d. Variabel dalam penelitian adalah:

- 1) Variabel Kepuasan Konsumen,
- 2) Variabel Kualitas Produk,
- 3) Variabel Persepsi Harga, dan
- 4) Variabel Fasilitas Pelayanan.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Dalam pandangan kami selaku peneliti dari pemeriksaan dan percakapan di atas dapat selesai sebagai berikut:

##### 1. Profil CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta

Cipta Mandiri Persada. CV berlokasi di JL. Jatimulyo, No. 169 B, Kricak Tegalrejo Jatimulyo, Kricak, Yogyakarta, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta sebagai perusahaan distributor bata ringan juga harus melakukan berbagai upaya untuk mengoptimalkan kepuasan konsumen.

##### 2. Deskripsi responden

Responden laki-laki (78,18 persen) melebihi jumlah responden perempuan (21,82 persen). Usia responden telah didominasi oleh orang-orang diantara usia 31-40 (34,55%).

##### 3. Hasil analisis data

- a. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta.
- b. Persepsi Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta.
- c. Fasilitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Mandiri Persada Yogyakarta.

## 5.2. Saran

Mengingat penemuan hasil pemeriksaan yang telah dibicarakan di bagian masa lalu dan dari akhir di atas, itu sangat baik mungkin disajikan beberapa ide sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, hendaknya dapat tetap memberikan harga, kualitas produk dan fasilitas pelayanan yang sama dari waktu ke waktu, serta terus menerus diupayakan untuk ditingkatkan dan dipertahankan oleh pihak perusahaan sehingga dapat meningkatkan keputusan konsumen. Organisasi harus dalam fokus dalam kasus apapun yang menjaga dengan nilai, sifat yang ada dan memiliki kantor administrasi, misalnya, menjaga dengan keunikan dan memberikan lebih banyak keuntungan untuk kliennya.
2. Untuk para pembeli, tidak selamanya akan terfokus pada biaya sederhana dan tidak terlalu berlebihan berdampak dengan kantor yang lebih banyak, gagal mengingat sifat dari item.

## 5.3. Keterbatasan dan Penelitian Selanjutnya

Dalam pandangan dari atas berakhir, batas dan penelitian hasil adalah sesuai berikut:

1. Penelitian ini hanya membutuhkan tiga faktor dari pemenuhan pembeli, khususnya kualitas barang, wawasan nilai dan kantor administrasi. Ada kemudian lagi variabel yang berbeda yang mempengaruhi pemenuhan pelanggan. Contoh Keunggulan Produk, Situasi & Faktor Pribadi, Jaminan Produk, Layanan Pengaduan Konsumen, Kemudahan Pembayaran, dan Kecepatan Layanan. Dalam ulasan ini, contoh yang diambil adalah

pelanggan yang berbelanja pada bulan Juli 2021, belum dalam keadaan pandemi Covid 19 yang benar-benar terbatas.

2. Untuk peneliti berikutnya, penelitian dari peninjauan ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber perspektif di lapangan dewan, terutama mereka yang terhubung dengan pengujian dan pengumpulan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afdhaliana. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Café Haus Kecamatan Panakkukang Kota Makassar*. Jurnal Penelitian. Diakses dari <http://eprints.unm.ac.id/19793/1/JURNAL%20AFDHALIANA.pdf>.
- Agus Sulastiyono. (2006). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Algifari, (1997), *Analisis Regresi, Teori, Kasus dan Solusi*, Edisi pertama. BPFE. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Anung Pramudyo. (2012). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta). *JBMA*. Volume 1 Nomor 1.
- Aryani, D dan Rosinta, F. (2010). Pengaruh kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol.17.No.2.
- Basu Swastha DH. (1999). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Bentar dan Maduretno Widowati. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Kosumen (Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal/ SS Lampersari Semarang). *Fokus Ekonomi* Vol. 13 No. 1 Juni 2018 : 62 – 79.
- Buchari Alma. (2000). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabet., Bandung.
- Cohen, Louis. Lawrence Manion and Keith Morrison. (2007). *Research Methods In Education*. Sixth Edition. Routledge Taylor & Francis E-Library. USA and Canada.
- Creswell, John W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cronin J. Joseph and Steven A. Taylor. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing* Vol. 56 (July) p. 55-68.
- Dealisna Pantilu, Rosalina A.M. Koleangan dan Ferdy Roring. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA* Vol.6 No.4 September 2018, Hal. 3723 – 3732.

- Dika Nur Rochim. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Gramedia Slamet Riyadi Surakarta*. Naskah Publikasi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diakses dari <http://eprints.ums.ac.id/56638/26/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>.
- Donal J. Shemwell, Ugur Yavas & Zaynep Bilgin. (1998). Customer Service Provider relationships: an empirical test of model of service quality, satisfaction and relationships oriented outcomes, *International Journal of Service Industry management*, Vol 9 No. 2 hal. 155 –168.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., and Miniard, Paul W. (2005). *Perilaku Konsumen*. Terjemahan Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fahmi Firdaus Ruffiansah, dan Agus Hermani Daryanto Seno. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen *Rainbow Creative Semarang*). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. IX, No. IV, hal. 389-401.
- Fandy Tjiptono. (2004). *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi.
- Fifyanita Ghanimata, Mustafa Kamal. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, Vol 1 (2012), 3.
- Fornell, Claes (1992), "A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience", *Journal of Marketing*, Vol.56 (January), p.6-13.
- Gaspersz, Vincent. (1997). *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gunadi, E.; dan Tanoto, S.R. (2018). Hubungan Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan M-Sport Futsal Center. *AGORA* Vol. 6, No. 1, (2018) 1-5.
- Hermann, et, al. (2007), "The social influence of brand community: evidence from European car clubs", *Journal of Marketing*, Vol. 69, p 19-34.
- Husein Umar. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Irine. (2009). *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*. Yogyakarta: Mitra Cendikia Press.
- Komarrudin. (1999). *Ensiklopedia Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Kotler, P. & Amstrong, G. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I (Terjemahan: Bob Saban) Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasara Buku I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martin-Consuegra, D., Molina, A. And Esteban, A. (2007). “An Integrated Model of Price, Satisfaction, and Loyalty: An Empirical Analysis in the Service Sector”, *Journal of Produk & Brand Management*, Vol. 16 No. 7, pp. 459-468.
- Martin-Ruiz, D., and Rondan-Cataluna, F. J. (2008). The Nature and Consequenses of Price Unfairness in Service: A Comparison to tangible Goods. *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 19 No. 3, pp. 325-352.
- Mowen, John, C., dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1, Edisi Kelima* (terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Owusu, Alfred. (2003). Influence of Price and Qualityon Consumer Purchase of Mobile Phone in the Kumasi Metropolis in Ghana A Comparative Study. *Journal of Business Management Volume 5, No 1*.
- Purnamasari, I.G.A.Y. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015*. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JIP)* vol. 5 no.1 Tahun 2015.
- Purnomo Edwin Setyo. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 1, Nomor 6, Februari 2017: 755 – 764.
- Rajput, A.A.; Kalhor, S.H.; danWasif, R. (2012). *Impact of Product Price and Quality on Consumer Buying Behavior: Evidence from Pakistan*. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*. Ijcrb.webs.com. Vol 4, No 4. August, h.585-496.
- Radevino Akbarezky dan Eko Boedhi Santoso. 2019. Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Mie Setan Malang. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, Volume:5 Nomor:1, Juni 2019, hal. 270-273.
- Sintya, L.I.; Lopian, S. L. H. V.J.; dan Karuntu, M.M. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek



Online Pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado. *Jurnal EMBA* Vol.6 No.3 Juli 2018, Hal. 1778 – 1787.

Soehardi Sigit, (2001), *Pengantar Metodologi Penelitian: Sosial, Bisnis, Manajemen*, BPEF UST, Yogyakarta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit: CV Alfabeta. Bandung.

Suharsimi Arikunto, (2010), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Umar, H. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

William dan Tiurniari Purba. (2020). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mazda di Kota Batam. *Jurnal EMBA* Vol.8 No.1 Februari 2020, Hal. 1987-1996.

Wiratna, Sujarweni V. (2012). *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian, Cetakan Pertama*, Yogyakarta: Penerbit Ardana Media.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2–22.

Zeithaml, V. A., A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry. (1990). *Delivering Quality Services*. New York: Free Press.

Zeithaml, VA. Bitner MJ. (2010). *Delivering and Performing Service*. Part Five. Service Marketing International Ed., The McGraw-Hill Inc.

