

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO MELATI
WAMENA PAPUA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

RONI PARLINDUNGAN MARBUN

11170345

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGAJUAN

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO MELATI
WAMENA PAPUA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



DISUSUN OLEH :

RONI PARLINDUNGAN MARBUN

11170345

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

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 : Roni Parlindungan Marbun
NIM : 11170345
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:

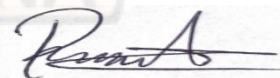
“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO MELATI WAMENA PAPUA”

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 : 26 Januari 2023

Yang menyatakan



(Roni Parlindungan Marbun)

NIM.11170345

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO MELATI WAMENA PAPUA”

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

RONI PARLINDUNGAN MARBUN

11170345

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 18 Januari 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Lucia Nurbani Kartika, S.pd., M.M
(Ketua Tim)

:



2. Jonathan Herdioko, S.E., M.M
(Dosen Penguji)

:



3. Dr. Singgih Santoso, M.M
(Dosen pembimbing)



Yogyakarta, 25 Januari 2023

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, M.Si

Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan Judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO MELATI WAMENA.

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat demi menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta merupakan bukan hasil tiruan ataupun duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun. Kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicatumkan sebagaimana mestinya (terdapat dalam jurnal ini).

Apabila di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiarisme atau tiruan dari karya lain maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta



Roni P. Marbun

11170345

HALAMAN MOTTO

“saya bisa menerima kegagalan,tapi saya tidak bisa menerima segala hal yang tak pernah di usahakan “

(Michael Jordan)

“Karena itu rendahkanlah dirimu di bawah tangan Tuhan yang kuat, supaya kamu ditinggikan-Nya pada waktunya. Serahkanlah segala kekuatiranmu kepada-Nya, sebab ia yang memelihara kamu “

(1 Petrus 5: 6-7)

“ketakutan adalah penjara bernama kegagalan.Taklukan rasa takut karena sukses adalah hak pemberani”

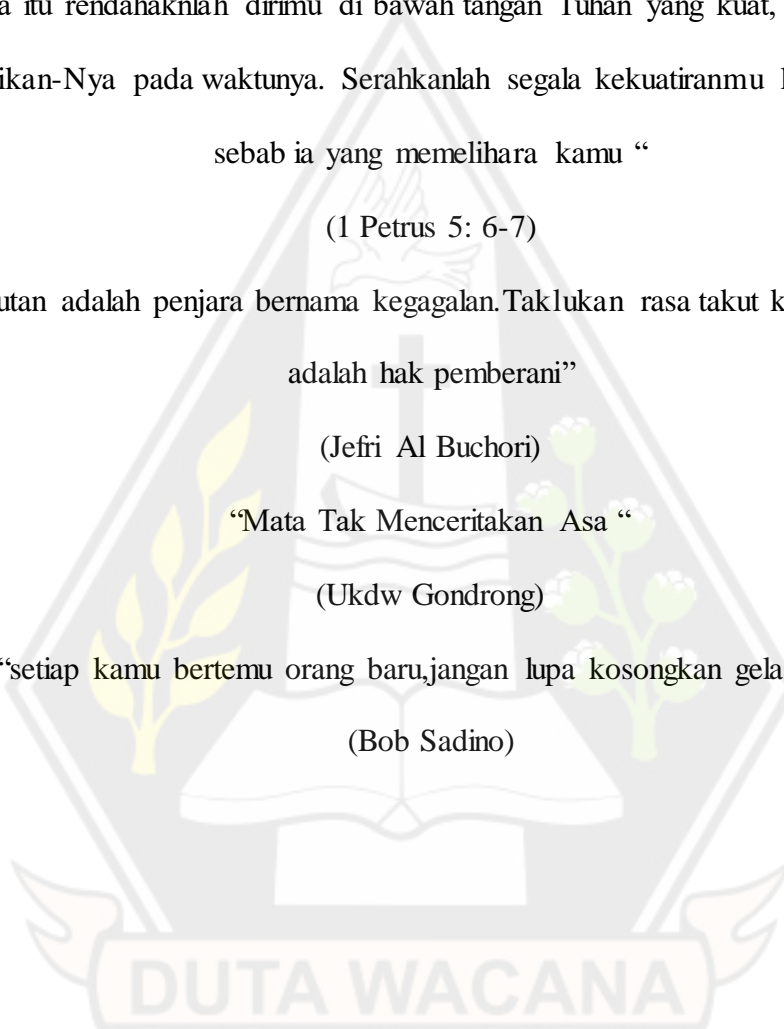
(Jefri Al Buchori)

“Mata Tak Menceritakan Asa “

(Ukdw Gondrong)

“setiap kamu bertemu orang baru,jangan lupa kosongkan gelasmu “

(Bob Sadino)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai, memberkati, dan melindungi dalam segala hal.
2. Kedua orang tua saya (Toba Marbun Dan Hotmida Sinurat) atas dukungan dan jerih payahnya dalam bekerja untuk membiayai saya hingga menjadi Sarjana, dan selalu mendoakan anak-anaknya.
3. Dosen Pembimbing Dr. Singgih Santoso, MM. yang telah sabar membimbing dan membantu saya dalam menyusun skripsi.
4. Teman-teman sekaligus saudara Manajemen angkatan 2017 yang telah menemani dan juga memberi *support* selama mengerjakan skripsi.
5. Teman-teman kontrakan Bujang dan kos Sagan yang selalu menemani dan memberi masukan dalam mengerjakan skripsi.
6. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik – baiknya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Melati Wamena Papua**”. Skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Manajemen.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan, bimbingan, petunjuk, dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBa, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta masukkan yang sangat berharga dengan penuh perhatian dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Purwani Retno A, Dra, MM selaku dosen wali saya dari awal masuk kuliah sampai akhir kuliah.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan bantuan selama penulis duduk di bangku kuliah.

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PENGAJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kontribusi Penelitian	4
1.5 Batasan Penelitian	5
BAB II	6
LANDASAN TEORI	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Manajemen pemasaran	6
2.1.2 Kepuasan konsumen	7
2.1.3 Persepsi harga	10
2.1.4 Kualitas produk	13
2.1.5 Kualitas pelayanan	16
2.1.6 Penelitian terdahulu	18
2.1.7 Kerangka penelitian	20
2.2 Pengembangan hipotesis	21

2.2.1 Hubungan persepsi harga dengan kepuasan konsumen.....	21
2.2.2 Hubungan kualitas produk dengan kepuasan konsumen	22
2.2.3 Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen	22
2.2.4 Hipotesis penelitian	22
BAB III	24
METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis penelitian	24
3.2 Data.....	25
3.2.1 Data primer	25
3.2.2 Data sekunder	25
3.3 Teknik pengumpulan data	26
3.4 Populasi dan sampel	26
3.4.1 Populasi	26
3.4.2 Sampel	26
3.5 Variabel penelitian.....	27
3.5.1 Variabel bebas (independent variabel)	27
3.5.2 Variabel terikat (dependent variabel)	27
3.6 Pengukuran variabel.....	28
3.7 Definisi operasional variabel.....	28
3.8 Analisis Deskriptif.....	30
3.9 Uji instrumen penelitian	30
3.9.1 Uji Validitas.....	30
3.9.2 Uji reliabilitas	31
3.10 Uji hipotesis	32
3.10.1 Analisis regresi linier berganda	32
3.10.2 Uji koefisien determinasi.....	33
3.10.3 Uji simultan (F)	33
3.10.4 Uji signifikan parsial (Uji t)	34
BAB IV.....	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil uji Instrumen Penelitian	35
4.1.1. Hasil uji validitas	35
4.1.2. Hasil uji Reliabilitas	37
4.2 Profil responden.....	38

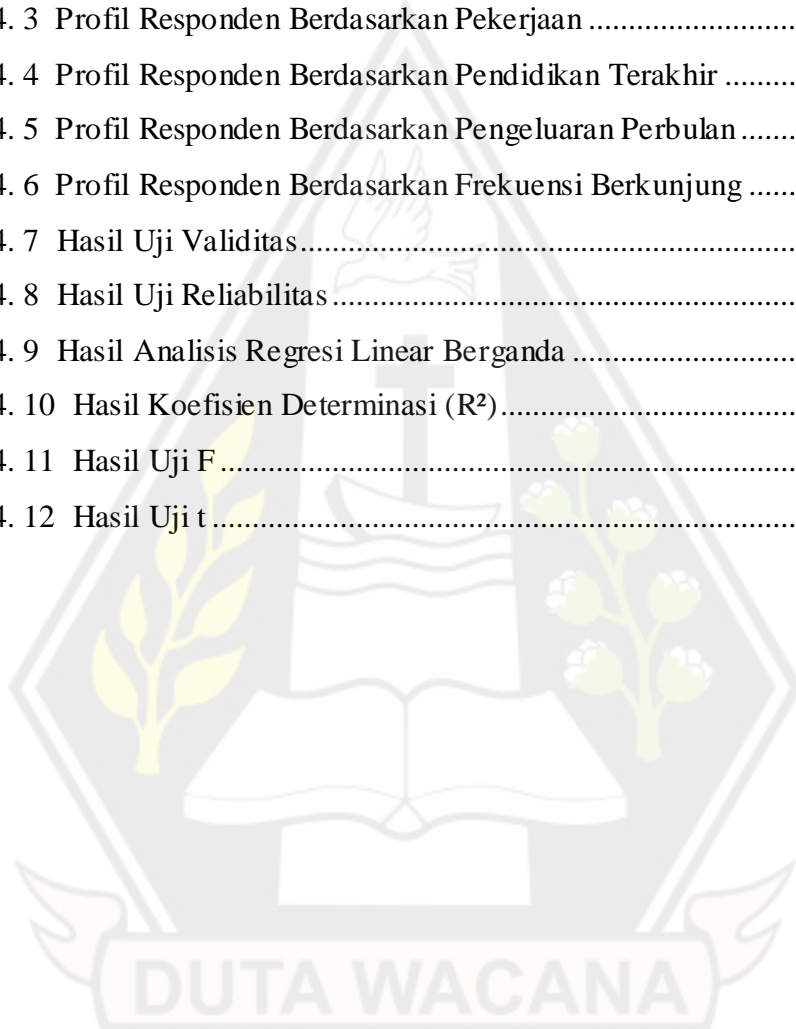
4.1.3.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	38
4.1.4.	Karakteristik responden berdasarkan usia	39
4.1.5.	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	39
4.1.6.	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	40
4.1.7.	Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran perbulan	41
4.1.8.	Karakteristik responden berdasarkan frekuensi berkunjung	42
4.2.	Hasil uji hipotesis	43
4.2.1.	Hasil analisis regresi linear berganda	43
4.2.2.	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	45
4.2.3.	Uji hasil signifikansi secara simultan (uji F)	45
4.2.4.	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	47
4.3.	Pembahasan	49
4.3.1.	Pengaruh variabel persepsi harga terhadap kepuasan konsumen	49
4.3.2.	Pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen	50
4.3.3.	Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen	
	51	
BAB V	52
KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	53
5.2.1 Saran bagi perusahaan	53
5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya	54
DAFTAR PUSTAKA	55
Lampiran-Lampiran	59
Lampiran 1 Kuesioner	59
Lampiran 2 Hasil Uji Kuisisioner Google Form	64
Lampiran 3 Tabel Data Responden	70
Lampiran 4 Data Tabulasi	73
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	86
Lampiran 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	90
Lampiran 7 Hasil Uji Linear Berganda, Uji t dan Uji F	91
Lampiran 8 surat pengantar penelitian	92
Lampiran 9 Surat Keterangan Penelitian	93
Lampiran 10 Halaman Persetujuan	94

Lampiran 11 lembar Revisi skripsi.....	95
Lampiran 12 Lembar Revisi judul skripsi	96
Lampiran 13 Kartu Konsultasi	97



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert	28
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	41
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	42
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	43
Tabel 4. 10 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	46
Tabel 4. 12 Hasil Uji t	47



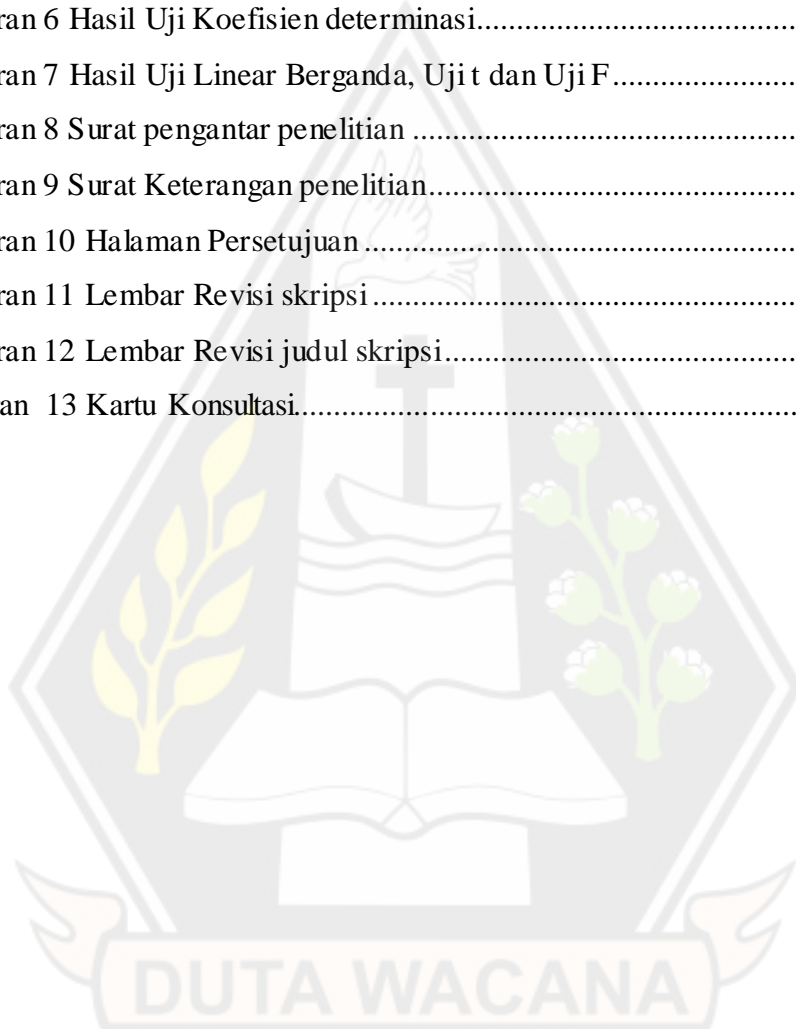
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka penelitian.....	21
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	59
Lampiran 2 Hasil Uji Kuisisioner Google Form.....	64
Lampiran 3 Tabel data responden	70
Lampiran 4 Data Tabulasi	73
Lampiran 5 Hasil uji Validitas dan uji Reliabilitas	86
Lampiran 6 Hasil Uji Koefisien determinasi.....	90
Lampiran 7 Hasil Uji Linear Berganda, Uji t dan Uji F.....	91
Lampiran 8 Surat pengantar penelitian	92
Lampiran 9 Surat Keterangan penelitian.....	93
Lampiran 10 Halaman Persetujuan	94
Lampiran 11 Lembar Revisi skripsi	95
Lampiran 12 Lembar Revisi judul skripsi.....	96
Lampiran 13 Kartu Konsultasi.....	97



PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO MELATI WAMENA PAPUA

Roni Parlindungan Marbun
11170345

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Ronimarbunn@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Melati Wamena Papua. Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Melati Wamena, dengan penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik pengambilan *purposive sampling*, yaitu mereka yang pernah berbelanja di Toko Melati Wamena dalam 3 (Tiga) bulan terakhir. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner kemudian dianalisis secara deskriptif, analisis linear berganda, koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t yang didahului dengan uji instrument penelitian, yaitu uji validitas, uji realibilitas. Berdasarkan hasil analisis data didapatkan hasil bahwa ketiga variabel bebas yaitu Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan sebesar 40,5% terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen sedangkan sisanya sebanyak 59,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: *persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen*

**THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY AND
SERVICE QUALITY ON CUSTOMERS SATISFACTION AT MELATI
SHOP WAMENA PAPUA**

Roni Parlindungan Marbun

11170345

Management Study Program, Faculty of Business

Duta Wacana Christian University, Yogyakarta

Ronimarbunn@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price perceptions, product quality and service quality on consumer satisfaction at the Melati Wamena store, Papua. This research is a quantitative approach. The population in this study were customers of Wamena Melati Stores, by determining the sample using a non-probability sampling method, using a purposive sampling technique, namely those who had shopped at Wamena Melati Stores in the last 3 (three) months. The samples taken were 100 respondents.

The data collection method used a questionnaire and then analyzed descriptively, multiple linear analysis, coefficient of determination (R^2), F test, and t test preceded by research instrument tests, namely validity tests, reliability tests. Based on the results of data analysis, it was found that the three independent variables, namely price perception, product quality, and service quality, proved to have a significant effect on the dependent variable, namely customer satisfaction.

The test results of the coefficient of determination (R^2) showed that the independent variables, namely the perception of price, product quality and service quality, were 40.5% on the dependent variable, namely consumer satisfaction, while the remaining 59.5% is influenced by other variables not examined.

Keywords: *price perception, product quality, service quality, and consumer satisfaction*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dan perkembangan bisnis retail di Indonesia semakin pesat. Fenomena ini memperlihatkan bisnis ritel berkembang signifikan. Kepuasan konsumen dalam bisnis merupakan aspek utama yang harus dijaga, apalagi dalam bisnis ritel. Menurut Adisaputro (2010: 67) kepuasan adalah ekspresi senang ataupun kecewanya individu yang membandingkan kinerja produk yang ia persepsikan (hasil) dengan apa yang dibayangkan (harapkan). Sehingga kepuasan pelanggan terkait gerai ritel tak lepas dari cakupan layanan, nilai harga, dan kualitas dari produk.

Berbagai aspek yang memberikan pengaruh besar atas puasanya pelanggan adalah cakupan layanan, nilai harga serta kualitas dari produk. Pendapat Kotler dan Keller (2009: 67) harga ialah sebuah unsur bauran pemasaran untuk memperoleh pendapatan dan yang lainnya ialah unsur yang menimbulkan biaya. Harga pun mengindikasikan nilai yang terkandung dalam produk ataupun merek perusahaan. Ketika pelanggan akan belanja di toko retail, terkadang mereka berasumsi bahwa tingginya harga bukan ukuran kepuasan konsumen dalam mendapatkan layanan, namun pelanggan juga memiliki pandangan jika harga yang ditawarkan tinggi maka dapat terpenuhi kualitas dari produk tersebut. Berikut, adalah beberapa faktor yang memberi pengaruh kepuasan pelanggan Ketika akan berbisnis ritel yaitu kualitas produk. Kualitas produk merupakan sarana

positioning pokok dari pemasar, merupakan karakteristik yang tergantung pada kemampuan dalam memuaskan apa yang dibutuhkan pelanggan yang diaplikasikan (Kotler dan Armstrong, 2008: 272). Kreativitas dan inovasi merupakan jawaban untuk memuaskan konsumennya dan juga menjawab tantangan bisnis. Selain itu, faktor yang memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Secara praktis kualitas pelayanan ialah ukuran baik dan tidaknya taraf pelayanan yang disuguhkan bisa diwujudkan seperti yang diharapkan pelanggan, maknanya kualitas pelayanan adalah seberapa jauh pelayanan sesuai dengan spesifikasinya (Ratnasari dan Aksa, 2011: 104). Kemampuan gerai ritel dalam melayani konsumen menjadi nilai lebih dalam memberikan kenyamanan dan kepuasan, karena ini konsumen akan senantiasa setia untuk berbelanja di toko kita.

Gerai ritel Toko Melati yang beralamatkan di Jl.Yos Sudarso Sinakma – Wamena adalah salah satu perusahaan retail yang menyediakan kebutuhan sehari-hari. Operasional Toko Melati dimulai pukul 06.30-19.00 WIT. Dalam usahanya, Toko Melati mempunyai sejumlah competitor yakni Toko-Toko ritel lain yang sejenis.

Di Gerai Ritel sejenis Toko Melati cakupan konsumennya warga sekitar dan ibu rumah tangga. Toko Melati juga menyediakan berbagai macam produk yang menasar banyak kalangan sebagai sebuah factor penting untuk memperoleh kepercayaan atau kepuasan konsumennya. Toko Melati Wamena banyak menyediakan macam produk terbaru yang tidak

sama, harga yang bermacam-macam dan pelayanan untuk memuaskan konsumennya.

Toko Melati Wamena banyak menyediakan varian produk baru yang tidak sama, harga yang berbeda dan pelayanan yang berbeda juga agar bisa mengundang perhatian konsumen dan juga bisa memuaskan konsumennya.

Terdapat banyak Toko di Wamena: Seperti Toko Yang sejenis dll. Toko Melati memiliki karakter yang berbeda-beda mulai dari interior bangunan, konsep Toko, lahan parkir yang luas dan lokasi usaha. Fasilitas dan layanan yang diberikan pun berbeda tetapi dengan tujuan yang sama yaitu agar konsumen puas dan menjadikannya tempat yang nyaman untuk semua kalangan dari mahasiswa, pekerja kantor, hingga anak kecil dan orang tua. Oleh karena itu pelaku bisnis harus memberikan pelayanan baik dari berbagai aspek dengan tepat agar mampu bersaing. Banyaknya bermunculan toko baru membuat toko yang tidak kuat akan mudah bangkrut dari pesaingnya. Dari banyaknya alternatif toko, konsumen jadi lebih selektif dalam memilih dan menentukan pilihan toko mana yang akan mereka kunjungi

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan landasan permasalahan, peneliti dapat merumuskan masalah berikut :

1. Berpengaruhkah anggapan dari harga atas kepuasan konsumen di Toko Melati Wamena Papua.

2. Dapatkah kualitas produk mempengaruhi kepuasannya pembeli pada Toko Melati Wamena Papua.
3. Apakah kualitas dari layanan berpengaruh atas puasnya konsumen di Toko Melati Wamena Papua.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, peneliti mampu menentukan tujuan penelitiannya yakni :

1. Dapat diketahui pengaruh persepsi harga atas kepuasan dari konsumen di Toko Melati Wamena Papua.
2. Dapat diketahui pengaruh kualitas suatu produk atas kepuasan konsumen di Toko Melati Wamena Papua.
3. Dapat diketahui pengaruh kualitas pelayanan di Toko Melati Wamena Papua.

1.4 Kontribusi Penelitian

Kontribusi penelitian yang di terwujud akibat penelitian :

1. Bagi peneliti
Bisa bertambahnya jaringan wawasan serta ilmu pengetahuan terkait strategi pemasaran untuk memastikan kepuasan konsumen di sebuah bisnis gerai retail.
2. Bagi Toko Melati Wamena Papua

Peneliti berharap agar penelitian ini mampu dijadikan acuan evaluasi serta jadi bahan pertimbangan di Toko Melati Wamena Papua dalam

memberikan patokan harga, menjamin kualitas produk serta kualitas layanan dalam memberikan kepuasan.

3. Bagi pihak lain/pembaca

Peneliti harap bahwa penelitian ini mampu sebagai acuan informasi terkini yang dapat menjadi pedoman bagi peneli selanjutnya yang serupa

1.5 Batasan Penelitian

Peneliti dapat memberi batasan penelitian ini dengan maksud tidak adanya kesalahan dalam berpersepsi serta memberikan kemudahan untuk peneliti ketika menyelesaikan penelitian , Adapun batasannya penelitian sebagai berikut :

- a. Toko Melati Wamena Papua sebagai lokasi penelitian.
- b. Responden dari penelitian ini adalah konsumen Toko Melati Wamena Papua yang berkunjung.
- c. Jumlah responden berjumlah 100 orang.
- d. Beberapa karakteristik dari responden : jenis kelamin, umur, profesi, dan penghasilan bulanan
- e. Teknik dalam pengumpulan datanya menggunakan kuesioner
- f. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Agustus-November 2022
- g. Penelitian ini menggunakan variabel :
 - a. Dependen (Y) : Puasnya Konsumen
 - b. Variabel (X) :X1 :Persepsi dari Harga
X2 :Kualitas Produk
X3 : Kualitas pelayanan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh berbagai aspek persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Melati Wamena. Sampel sebanyak 100 pengunjung penelitian yang mengunjungi toko Wamena Melati selama periode (tiga bulan) terakhir dari Agustus hingga November digunakan untuk pengujian. Peneliti menguji terlebih dahulu validitas dan reliabilitas data sebelum di sebarakan kepada 100 responden. Penelitian peneliti lanjutkan ke tahap penelitian selanjutnya menunggu seluruh pernyataan kuesioner telah diverifikasi.

Berdasarkan temuan perihal pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Melati Wamena Papua, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. 100 responden digunakan untuk survei. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan. Data usia menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia di atas 17-25 tahun. Gelar terakhir adalah SMA/SMK dan biaya bulanan rata-rata > Rp Siswa sering berkunjung lebih dari 5-8 kali dalam sebulan.
2. Harga yang dirasakan memiliki dampak positif yang besar terhadap kepuasan pelanggan di Toko Melati Wamena Papua.

3. Kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan konsumen di Toko Melati Wamena Papua.
4. Kualitas pelayanan secara parsial memiliki berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan konsumen di Toko Melati Wamena Papua.

5.2 Saran

Peneliti berharap dengan landasan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan ataupun rujukan untuk semua pihak ketika berkepentingan. Adapun saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

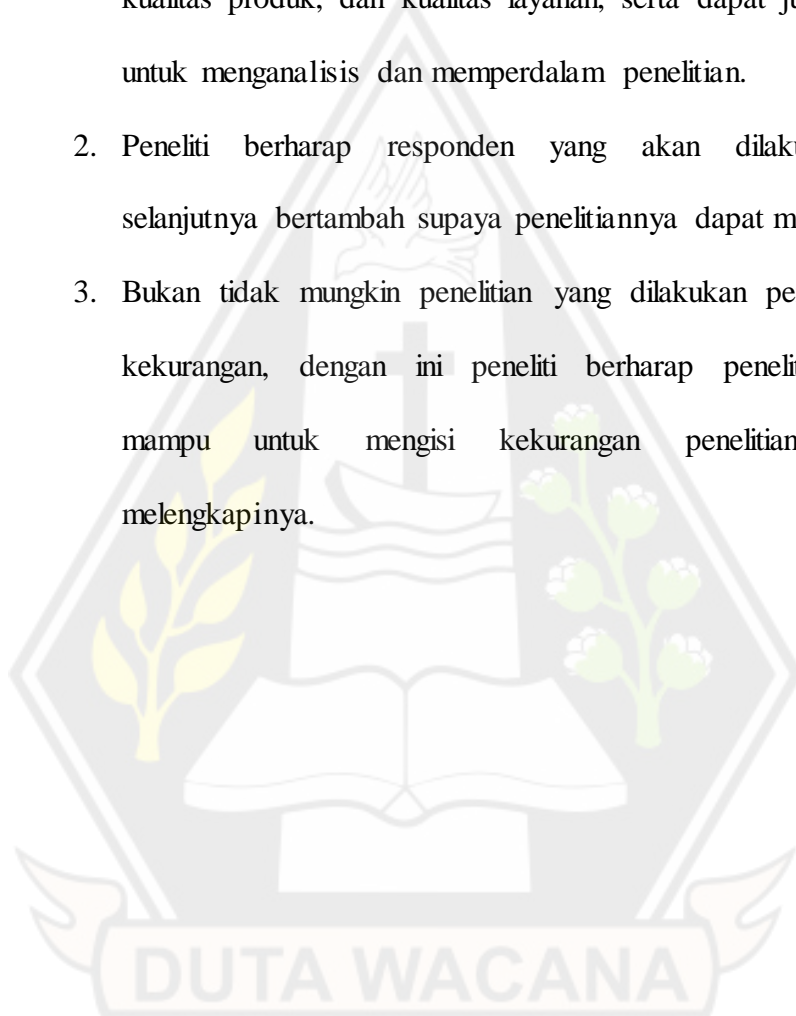
5.2.1 Saran bagi perusahaan

1. Berlandaskan hasil dari penelitian ini, persepsi harga di toko Wamena Melati terbukti berpengaruh signifikan dalam kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dapat diperhatikan serta dipertimbangkan terjangkaunya harga supaya konsumen puas
2. Berlandaskan hasil dari penelitian ini, bahwa kualitas produk di Toko Melati Wamena memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan. Toko Melati Wamena diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen yang berbelanja.
3. Berlandaskan hasil dari penelitian ini, bahwa kualitas pelayanan di Toko Melati Wamena memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan. Maka dari itu diharapkan Toko Melati Wamena mampu mempertahankan dan juga meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih bagus lagi dengan peningkatan seperti itu

maka konsumen juga akan merasa lebih puas dan juga nyaman saat berbelanja ke toko Melati Wamena.

5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya

1. Jumlah variabel bebas di penelitian harus dikembangkan mengenai dampak kepuasan konsumen selain variabel persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan, serta dapat juga digunakan untuk menganalisis dan memperdalam penelitian.
2. Peneliti berharap responden yang akan dilakukan peneliti selanjutnya bertambah supaya penelitiannya dapat maksimal
3. Bukan tidak mungkin penelitian yang dilakukan peneliti terdapat kekurangan, dengan ini peneliti berharap peneliti selanjutnya mampu untuk mengisi kekurangan penelitian ini guna melengkapinya.



DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Azhar, D. (2019). *Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kopilao Puncak Bogor* (Doctoral dissertation, Universitas Djuanda).
- Kotler, P. 2010. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Jilid 1 & 2. Terjemahan Anonimous*. Jakarta. Kotler, Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia. Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Handayani, S. B., & Taufiq, M. (2017). Analisa Keputusan Konsumen Warung Angkringan yang Dipengaruhi Lokasi, Fasilitas & Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada Warga Kos di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 24(43).
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). Pemasaran 3.0: Dari produk ke pelanggan ke jiwa manusia. *Dalam kebijaksanaan Pemasaran* (hlm. 139-156). Springer, Singapura.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. 15 th Edition New Jersey: Pearson Pretice hall, Inc

- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25-32.
- Lestari, P. (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap kepercayaan konsumen teh botol sosro (Studi Pada Mahasiswa Reguler Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 78663.
- Muhson, A. (2006). Teknik analisis kuantitatif. *Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta*, 183-196.
- Mulyawan, A., & Sidharta, I. (2013). Analisis Deskriptif Pemasaran Jasa Di STMIK Mardira Indonesia Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis*, 7(1), 42-55.
- Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *Jurnal Raudhah*, 5(2).
- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2016). Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Panjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-122.
- Permana, H., & Djatmiko, T. (2018). Analisis pengaruh kualitas layanan elektronik (e-service quality) terhadap kepuasan pelanggan shopee di bandung. *Sosiohumanitas*, 20(2), 64-78.

- Prasetio, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318.
- Santosa, P. I. (2018). Metode penelitian kuantitatif: Pengembangan hipotesis dan pengujiannya menggunakan SmartPLS.
- Setyawati, E. (2017). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada M-One Hotel & Entertainment. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 1(1).
- Situmorang, S. H., Muda, I., Doli, M., & Fadli, F. S. (2010). *Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis*. USUpress.
- Soliha, E. (2008). Analisis industri ritel di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 15(2), 24251.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Penerbit: Andy Offset
- Ul'fah Hernaeny, M. P. (2021). populasi dan sampel. *Pengantar Statistika 1*, 33.

- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2).
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.
- Yunus, R. N. (2019). Kemampuan Menulis Argumentasi Dalam Latar Belakang Skripsi Mahasiswa Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi. *Jumant*, 11(1), 207-216.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).
- Kotler, K. &. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Suasana Cafe terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecopreneur* 12. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Volume 3, nomor 2, 139-146.
- Ghozali, Imam. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Masrul dan Karneli, Okta. 2017. Pengaruh Store Atmosphere Dan Store Location Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Texas Chicken Plaza Citra Pekanbaru). *Jurnal JOM FISIP* Vol. 4 No. 2.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.