

**ANALISIS PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN**

**SKRIPSI**



Disusun oleh:

**KARINA SINTIA RUMBANG**

**NIM : 12130020**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2017**

*Acc ujian  
5/12/17*

*8/12/17*

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN**

**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis  
Program Studi Akuntansi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Disusun Oleh:**

**KARINA SINTIA RUMBANG**

**NIM. 12130020**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2017**

**ii**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**KARINA SINTIA RUMBANG**

**12130020**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Akuntansi

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal, **16 MAY 2018**

Nama Dosen

Tanda Tangan

- 1) Dra. Xaveria Indri Prasasyaningsih, M.Si.  
(Dosen Pembimbing)
- 2) Dra. Putriana Kristanti, MM., Ak., CA.  
(Dosen Pembimbing)
- 3) Cristine Novita Dewi, SE., M.Acc., Ak., CA., CMA.  
(Dosen Penguji)
- 4) Drs. Marbudo Tyas Widodo, MM., Ak., CA.  
(Dosen Penguji)

Yogyakarta, **05 JUN 2018**

Disahkan oleh:

Dekan



Dr. Singgih Santoso, MM

Ketua Program Studi

Dra. Putriana Kristanti, MM., Ak., CA.

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**"ANALISIS PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN"**

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

Yogyakarta, 5 Desember 2017



(Karina Sintia Rumbang)

12130020

**HALAMAN MOTTO**

**“Dan segala sesuatu yang kamu lakukan dengan perkataan atau perbuatan, lakukanlah semuanya itu dalam nama Tuhan Yesus, sambil mengucap syukur oleh Dia kepada Allah,**

**Bapa kita.”**

**(Kolose 3 : 17)**

©UKDWN

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Buah pemikiran tulisan ini dipersembahkan untuk:

1. Tuhan yang Maha Esa.
2. Ibu Dra. Xaveria Indri Prasasyaningsih, M. Si dan ibu Dra. Putriana Kristanti, MM., Akt. selaku selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih atas perhatian, bimbingan dan motivasi yang tiada lelah diberikan dalam membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana atas ilmu yang bermanfaat dan bantuan selama penulis belajar.
4. Keluarga yang selalu memberikan semangat dan doa, Papah Mamah tercinta yang memberikan perhatian, kasih sayang dan doa terbaik.
5. Seluruh keluarga besar Rumbang dan keluarga besar I Gusen yang selalu menyemangati dalam proses pengerjaan skripsi hingga selesai.
6. Jekie, pacar, teman sekaligus sahabat yang selama ini selalu memberikan motivasi dan semangat.
7. Semua teman – teman Akuntansi 2013, terima kasih untuk kebersamaan yang kita lewati selama di Universitas Kristen Duta Wacana.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga penelitian dan penulisan skripsi dengan judul “ANALISIS PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN” ini dapat diselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (SI) pada program Sarjana Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penelitian dan penulisan skripsi ini dapat terlaksana atas bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada para pihak, khususnya kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa.
2. Ibu Dra. Xaveria Indri Prasasyaningsih, M. Si dan ibu Dra. Putriana Kristanti, MM., Akt selaku selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih atas perhatian, bimbingan dan motivasi yang tiada lelah diberikan dalam membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana atas ilmu yang bermanfaat dan bantuan selama penulis belajar.
4. Keluarga yang selalu memberikan semangat dan doa, Papah Mamah tercinta yang memberikan perhatian, kasih sayang dan doa terbaik.
5. Seluruh keluarga besar Rumbang dan keluarga besar I Gusen yang selalu menyemangati dalam proses pengerjaan skripsi hingga selesai.
6. Jekie, pacar, teman sekaligus sahabat yang selama ini selalu memberikan motivasi, semangat serta perhatiannya.

7. Semua teman – teman Akuntansi 2013, terima kasih untuk kebersamaan yang kita lewati selama di Universitas Kristen Duta Wacana.
8. Pihak – pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 5 Desember 2017

  
Karine Pintia Rumbang



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Kontribusi Penelitian .....	4
1.5 Keterbatasan .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	5
2.1 Landasan Teori.....	5

2.1.1 Audit Manajemen.....	5
2.1.2 Penetapan Harga .....	8
2.1.3 Kualitas Produk.....	16
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	22
2.3.1 Pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen .....	22
2.3.2 Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.....	23
BAB III METODA PENELITIAN .....	25
3.1 Deskripsi Bisnis .....	25
3.2 Populasi dan Sampel .....	26
3.3 Sumber Data.....	27
3.4 Metoda Pengumpulan Data.....	27
3.5 Definisi Variabel dan Pengukuran Variabel .....	28
3.5.1 Definisi Variabel.....	28
3.5.2 Pengukuran Variabel.....	28
3.6 Desain Penelitian .....	29
3.7 Metoda Analisis Data.....	29
3.7.1 Metoda Analisis Kualitatif.....	29
3.7.2 Metoda Analisis Kuantitatif.....	30
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3.7.5 Pengujian Hipotesis .....	35

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Wawancara.....	36
4.3 Penetapan Harga .....	39
4.4 Deskripsi Responden .....	41
4.4.1 Jenis Kelamin.....	41
4.4.2 Usia Responden .....	42
4.4.3 Profesi Responden .....	42
4.5 Analisis Kualitatif .....	43
4.5.1 Variabel Penetapan Harga ( $X_1$ ).....	44
4.5.2 Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	45
4.5.3 Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	49
4.6 Uji Validitas .....	50
4.7 Uji Reliabilitas .....	52
4.8 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.8.1 Uji Multikolinearitas.....	53
4.8.2 Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.8.3 Uji Normalitas.....	54
4.9 Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
4.10 Pengujian Hipotesis .....	56
4.10.1 Uji Statistik t .....	56
4.10.2 Uji Statistik F .....	57
4.10.3 Koefisien Determinasi.....	58
4.11 Pembahasan.....	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	63
5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Saran .....	63
5.3 Keterbatasan.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

©UKYDWN

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 4.1 Wawancara.....	37
Tabel 4.2 Program Audit – Kebijakan Pentapan Harga.....	38
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Profesi .....	42
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga .....	45
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....	47
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Berdasarkan Kepuasan Konsumen.....	49
Tabel 4.9 Uji Validitas .....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas .....	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas .....	54
Tabel 4.14 Coefficients <sup>a</sup> .....	55
Tabel 4.15 Nilai Uji F .....	57
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	29
-----------------------------------	----

©UKDW

## LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner

Lampiran Hasil Uji SPSS

Lampiran Tabel r

Lampiran Tabel t

Lampiran Tabel F

Lampiran Surat Keterangan

Lampiran Halaman Persetujuan

©UKDW

# ANALISIS PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

**Karina Sintia Rumbang**

Program Studi Akuntansi

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah penetapan harga dan kualitas produk yang dijual berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Objek penelitian ini toko Serba Serbi, berada di desa Bereng Rambang Kec. Pulang Pisau, Kalimantan Tengah. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang yang berada di desa Bereng Rambang, Parahangan, dan Manen Paduran. Strategi penetapan harga yang digunakan adalah *Multiple-Unit Pricing* dan *Leader Pricing*. Cara penetapan harga yang digunakan adalah harga target. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang sudah diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi: uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, dan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Analisis kualitatif merupakan data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel harga dan kualitas produk yang telah diteliti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Angka *Adjusted RSquare* sebesar 0,706 menunjukkan bahwa 70,6% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel penetapan harga dan kualitas produk dalam persamaan regresi, sisanya sebesar 29,4% dijelaskan diluar dari penelitian ini.

Kata kunci : Penetapan Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen



# **ANALYSIS of PRICING and QUALITY PRODUCTS on CUSTOMER SATISFACTION**

**Karina Sintia Rumbang**

Accounting Study Program

Faculty of Business Universitas Kristen Duta Wacana

## **Abstract**

This research aims to exzamines whether the determination of the price and quality of products sold by the shop owners influence on customer satisfaction. The object of this Serba Serbi shop is located in the village of Bereng Rambang Kec. Pulang Pisau, Central Kalimantan. The sample in this research is 100 customer of Serba Serbi store located in Bereng Rambang, Parahangan, and Manen Paduran village. The pricing strategy used is Multiple-Unit Pricing and Leader Pricing. The way of pricing used is Target Costing. Then analyzed the data that have been obtained by using data analysis in quantitative and qualitative. Quantitative analysis includes: validity and reliability test, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t test and F test, and coefficient of determination analysis ( $R^2$ ). Qualitative analysis is the data obtained in the research and the results of data processing that has been implemented by giving information and explanation. Hypothesis testing using t test shows that the variable price and product quality proved to significantly have a positive effect on customer satisfaction variables. Through the test F can be seen that the variable price and quality of products that have been studied simultaneously have a positive effect on customer satisfaction. Adjusted R Square number of 0,706 indicates that 70,6% consumer satisfaction variable can be explained by price and product quality variable in regression equation, the rest of 29,4% is explained outside of this research.

**Keywords:** Price, Product Quality, Consumer Satisfaction

# ANALISIS PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

**Karina Sintia Rumbang**

Program Studi Akuntansi

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah penetapan harga dan kualitas produk yang dijual berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Objek penelitian ini toko Serba Serbi, berada di desa Bereng Rambang Kec. Pulang Pisau, Kalimantan Tengah. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang yang berada di desa Bereng Rambang, Parahangan, dan Manen Paduran. Strategi penetapan harga yang digunakan adalah *Multiple-Unit Pricing* dan *Leader Pricing*. Cara penetapan harga yang digunakan adalah harga target. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang sudah diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi: uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, dan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Analisis kualitatif merupakan data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel harga dan kualitas produk yang telah diteliti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Angka *Adjusted RSquare* sebesar 0,706 menunjukkan bahwa 70,6% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel penetapan harga dan kualitas produk dalam persamaan regresi, sisanya sebesar 29,4% dijelaskan diluar dari penelitian ini.

Kata kunci : Penetapan Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

# **ANALYSIS of PRICING and QUALITY PRODUCTS on CUSTOMER SATISFACTION**

**Karina Sintia Rumbang**

Accounting Study Program

Faculty of Business Universitas Kristen Duta Wacana

## **Abstract**

This research aims to exzamines whether the determination of the price and quality of products sold by the shop owners influence on customer satisfaction. The object of this Serba Serbi shop is located in the village of Bereng Rambang Kec. Pulang Pisau, Central Kalimantan. The sample in this research is 100 customer of Serba Serbi store located in Bereng Rambang, Parahangan, and Manen Paduran village. The pricing strategy used is Multiple-Unit Pricing and Leader Pricing. The way of pricing used is Target Costing. Then analyzed the data that have been obtained by using data analysis in quantitative and qualitative. Quantitative analysis includes: validity and reliability test, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t test and F test, and coefficient of determination analysis ( $R^2$ ). Qualitative analysis is the data obtained in the research and the results of data processing that has been implemented by giving information and explanation. Hypothesis testing using t test shows that the variable price and product quality proved to significantly have a positive effect on customer satisfaction variables. Through the test F can be seen that the variable price and quality of products that have been studied simultaneously have a positive effect on customer satisfaction. Adjusted R Square number of 0,706 indicates that 70,6% consumer satisfaction variable can be explained by price and product quality variable in regression equation, the rest of 29,4% is explained outside of this research.

**Keywords:** Price, Product Quality, Consumer Satisfaction

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Usaha kecil menengah (UKM) di berbagai negara termasuk di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat. Hal ini karena kebanyakan pengusaha kecil dan menengah berangkat dari industri keluarga dan rumahan. Dengan demikian konsumen pun berasal dari kalangan menengah kebawah. Perkembangan sektor UKM di Indonesia menyiratkan bahwa terdapat potensi besar jika hal ini dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik tentu akan dapat mewujudkan usaha menengah yang tangguh.

Dengan adanya kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis secara tidak langsung menuntut kita untuk dapat mengembangkannya dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh dari perkembangan yaitu banyak sekali bermunculan produk-produk barang yang menjadi kebutuhan sehari-hari. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk-produk yang ditawarkan. Akan tetapi hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk-produk barang yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam usaha bisnis. Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk-produk barang dagangannya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Dalam usaha bisnis seperti toko yang menjual berbagai macam produk harga jual menjadi sangat penting yang menjadi pertimbangan konsumen karena untuk menarik minat konsumen yaitu dengan cara menentukan harga yang

tepat untuk produk-produk yang dijual. Penetapan harga sangat berpengaruh dalam laba rugi sebuah usaha bisnis, karena jika kurang teliti atau salah dalam penetapan harga maka akan mengurangi tingkatkeinginan konsumen untuk berbelanja di toko tersebut dan konsumen akan lari ke toko yang menjual barang dagangannya dengan harga yang terjangkau dan relatif murah. Dalam persaingan harga seperti ini diperlukan informasi harga produk untuk membantu pemilik toko dalam mengambil keputusan yang tepat untuk keberlangsungan usahanya.

Tidak hanya dalam penetapan harga saja yang perlu diperhatikan kualitas produk juga penting karena kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian secara berulang-ulang pada toko tersebut. Pembelian yang berulang-ulang pada satu merek atau produk pada toko yang sama maka dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut mempunyai loyalitas terhadap produk atau toko tersebut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha yang menjual berbagai macam kebutuhan harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya supaya konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkakan lagi jumlahnya. Untuk

memberikan kepuasan terhadap konsumen, toko harus dapat menjual barang dagangan dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap penetapan harga, dan kualitas produk mencerminkan tingkat keberhasilan toko dalam memasarkan barang dagangannya. Namun untuk sebuah usaha yang selalu memuaskan konsumennya sangatlah sulit karena adanya persaingan yang begitu ketat sehingga mempengaruhi perilaku konsumen.

Toko serba serbi ini merupakan sebuah toko yang berdiri di desa Bereng Rambang, Kec. Pulang Pisau, Kalimantan Tengah. Toko serba serbi ini menjual berbagai macam barang yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Sesuai dengan namanya toko serba serbi ini menjual berbagai macam kebutuhan yaitu seperti perlengkapan bayi, perlengkapan alat-alat sekolah, perlengkapan alat bangunan dan lain-lainnya. Sehingga dengan adanya toko serba serbi ini dapat membantu masyarakat sekitar dalam memenuhi kebutuhannya.

## **1.2. Rumusan Masalah**

- a. Apakah penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Serba Serbi?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Serba Serbi?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji apakah penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk menguji apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

### **1.4. Kontribusi Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak yang berkepentingan, yaitu :

- a. Bagi pihak pemilik toko dan pengelola hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan toko khususnya dalam penentuan strategi pemasaran dalam menetapkan harga yang berorientasi pada kepuasan konsumen.
- b. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat dijadikan acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian lebih lanjut pada kebijaksanaan penetapan harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.
- c. Bagi Penulis, sebagai sarana untuk menambah pengetahuan terkait dengan analisis penetapan harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen serta memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Strata1 (S1) di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

### **1.5. Keterbatasan**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis membatasi masalah pembahasan pada beberapa hal yaitu penulis hanya memfokuskan penelitian terhadap analisis penetapan harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel penetapan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
- b. Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

#### **5.2. Saran**

- a. Bagi pemilik toko harus tahu bahwa dalam menetapkan harga yang terjangkau, relatif lebih murah dari usaha sejenis, produk yang dijual lengkap dan memiliki kualitas yang bagus adalah hal-hal yang sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.
- b. Bagi penelitian selanjutnya supaya untuk bisa mengembangkan variabel-variabel yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen, misalnya seperti lokasi dan pelayanan.

#### **5.3. Keterbatasan**

Keterbatasan pada penelitian ini adalah karena tidak melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur, maka untuk peneliti yang akan datang melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur.



## Daftar Pustaka

- Adi, Albertus Ferry Rostya. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, (Online). (<http://C:/Users/Asus/Documents/JURNAL%20SKRIPSI/JURNAL%20BARU/ADI.pdf>, diakses 17 Februari 2017).
- Ardhana, Oldy. 2010. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan*, (Online). (<http://C:/Users/Asus/Documents/SKRIPSI%20FIX/Jurnal/Skripsi.PDF>, diakses 18 Februari 2017).
- BINUS University. 2015. *Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinearitas)*. (<http://sbm.binus.ac.id/2015/11/20/uji-asumsi-klasik-uji-multikolinearitas/>, diakses 18 September 2017).
- BINUS University. 2015. *Uji Asumsi Klasik (Uji Heteroskedastisitas)*. (<http://sbm.binus.ac.id/2015/11/20/uji-asumsi-klasik-uji-heteroskedastisitas/>, diakses 18 September 2017).
- Gerson, Richard F. 2001. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM.
- Ghozali, H Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafizah, Ellyna. 2015. *Uji Normalitas dan Homogenitas Data*. ([https://www.academia.edu/6774849/UJI\\_NORMALITAS\\_DAN\\_HOMOGENITAS\\_DATA](https://www.academia.edu/6774849/UJI_NORMALITAS_DAN_HOMOGENITAS_DATA), diakses 18 September 2017).
- Harjanto, Ryan Nur. 2011. *Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Online). ([http://C:/Users/Asus/Documents/SKRIPSI%20FIX/Jurnal/jurnal\\_Ryan\\_Nur\\_Harjanto\\_\(C2A606098\).pdf](http://C:/Users/Asus/Documents/SKRIPSI%20FIX/Jurnal/jurnal_Ryan_Nur_Harjanto_(C2A606098).pdf), diakses 17 Februari 2017).
- Junaidi. 2010. *Titik Persentase Distribusi F Probabilita = 0,05*. (<http://junaidichaniago.files.wordpress.com/2010/04/tabel-f-0-05.pdf>, diakses 28 September 2017).
- Junaidi. 2010. *Titik Presentase Distribusi t d.f. = 1-200*. (<http://junaidichaniago.files.wordpress.com/2010/04/tabel-t-1-200.pdf>, diakses 28 September 2017).
- Junaidi. 2010. *TABEL r (Koefisien Korelasi Sederhana) df = 1-200*. ([http://C:/Users/Asus/Documents/SKRIPSI%20FIX/tabel%20F/tabel\\_r.pdf](http://C:/Users/Asus/Documents/SKRIPSI%20FIX/tabel%20F/tabel_r.pdf), diakses 28 September 2017).

- Riwayadi. 2016. *Akuntansi Biaya Pendekatan Tradisional dan Kontemporer*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Yusuf, A. Muri. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.

©UKDW