

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Online Shop Ailani)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

Adinda Nada Nadhifa

1142110113

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2018

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN ONLINE SHOP
(Studi kasus pada Online Shop Ailani)**

Disusun Oleh :

ADINDA NADA NADHIFA

1142110113

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui.

Pembimbing



Dra. Sonja Andarini, MSi
NIP.196503261993092001

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Lukman Arif, MSi
NIP. 196411021994031001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN ONLINESHOP
(Studi kasus pada Online Shop Allani)

Oleh :

Adinda Nada Nadhifa
NPM. 1142110113

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 30 Mei 2018

PEMBIMBING



Dra. Sonja Andarini, MSI
NIP.196503261993092001

TIM PENGUJI

1) Ketua



Dra. Sonja Andarini, MSI
NIP.196503261993092001

2) Sekretaris



Dra. Siti-Ning Farida, MSi
NIP.196407291990032001

3) Anggota



Budi Prabowo, S.Sos, MM
NIP.196210161988031001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Lukman Arif, MSi
NIP.196411021994031001

ABSTRAKSI

Adinda Nada Nadhifa 1142110113

Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen OnlineShop Ailani

Dosen Pembimbing :Dra.SonjaAndarini,M.Si

Untuk memberikan kepuasan pelanggan diperlukan adanya usaha-usaha dari perusahaan toko online dengan memberikan harga yang bersaing dan kualitas pelayanan yang terbaik. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial variabel-variabel (Harga, Kualitas Pelayanan) terhadap kepuasan konsumen OnlineShop Ailani.

Variabel dalam penelitian ini adalah harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y) dengan sampel penelitian pada konsumen OnlineShop Ailani sebanyak 100 sampel. Untuk menjawab perumusan dan hipotesis penelitian, teknik analisis yang digunakan adalah *Regresi Linier Berganda*.

Hasil pengujian secara simultan diperoleh $F_{hitung} (1,975) > F_{tabel} (3,09)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil pengujian secara parsial Variabel Harga (X_1) mempunyai nilai signifikan lebih besar dari t tabel yaitu $-6,286 > -1,984$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti Harga (X_1) mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil pengujian secara parsial Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai nilai signifikan lebih kecil dari t tabel yaitu $10,197 > 1,984$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima hal ini berarti Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Adinda Nada Nadhifa 1142110113

Effect Price And Quality Service Customer Satisfaction OnlineShopAilani

Supervisor: Dra.SonjaAndarini, M.Si

To provide customer satisfaction required the efforts of the company's online store by providing competitive rates and the best quality service. The purpose of this study was to determine and analyze the influence simultaneously and partially variables (Price, Quality of Service) to consumer satisfaction OnlineShopAilani.

The variable in this research is the price (X_1), quality of service (X_2), and customer satisfaction (Y) with research on consumers OnlineShop sample Ailani as many as 100 samples. To answer hypothesis formulation and research, analytical techniques used is *Multiple Linear Regression*.

The test results simultaneously obtained $F_{count}(1,975) > F_{table}(3.09)$ so that it can be concluded that the price variable (X_1), Quality of Service (X_2) simultaneously significant effect on customer satisfaction (Y). Partial test results Variable Price (X_1) has a value significantly greater than t table is $-6.286 > -1.984$, then H_0 is rejected and H_1 accepted, this means Price (X_1) has significant influence partially on Customer Satisfaction (Y). Partial test results Quality of Service (X_2) has a value significantly smaller than t table is $10.197 > 1.984$, then H_0 is rejected and H_1 accepted this means that the Quality of Service (X_2) has significant influence partially on Customer Satisfaction (Y).

Keywords: Price, Quality of Service, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur, Alhamdulillah, penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan izin dan karunia-Nya penulis dapat menyusun skripsi. Dalam menyusun skripsi ini penulis mengambil judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop Ailani”**

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada ibu Dra.Sonja Andarini, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Yth:

1. Bapak Dr. Lukman Arif, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra.Sonja Andarini, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa timur.
4. Kedua orangtua yang banyak membantu secara moril dan materiil.
5. Anisa Arabia selaku owner Online Shop Ailani.
6. Teman-teman Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2011 yang selalu memberikan dukungan dan memberikan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun dalam segi penyusunannya. Untuk itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran dan kritik yang bersifat membangun.

Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua, Aamiin.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Pemasaran	9
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.2.1.3 Konsep Pemasaran	12

2.2.1.4 Strategi Pemasaran.....	14
2.2.2 Harga.....	15
2.2.2.1 Pengertian Harga.....	15
2.2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga	17
2.2.2.3 Strategi Penetapan Harga	18
2.2.2.4 Tujuan Penetapan Harga	19
2.2.2.5 Metode Penetapan Harga	20
2.2.3 Kualitas Pelayanan	21
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	21
2.2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	24
2.2.3.3 Tujuan Kualitas Pelayanan	25
2.2.4 Kepuasan Konsumen	26
2.2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	26
2.2.4.2 Harapan Konsumen.....	28
2.2.4.3 Fungsi Kepuasan Konsumen.....	29
2.2.4.4 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	29
2.2.4.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	30
2.2.5 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	31
2.2.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	32
2.2.7 Kerangka Berpikir.....	33
2.2.8 Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
3.3	Populasi Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	38
	3.3.1 Populasi.....	38
	3.3.2 Sampel.....	39
	3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
	3.4.1 Jenis Data.....	40
	3.4.2 Sumber Data.....	41
	3.4.3 Pengumpulan Data	41
3.5	Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	41
	3.5.1 Teknik Analisis Data.....	41
	3.5.1.1 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
	3.5.1.2 Analisis Pengujian Asumsi Klasik.....	43
	3.5.1.3 Uji Validitas	47
	3.5.1.4 Uji Reliabilitas	48
	3.5.2 Pengujian Hipotesis	49
	3.5.2.1 Pengujian Secara Simultan	49
	3.5.2.2 Pengujian Secara Parsial	51
3.6	Waktu Penelitian.....	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
-----	-------------------------------------	----

4.1.1 Sejarah Singkat OnlineShop Ailani	54
4.1.2 Visi dan Misi OnlineShop Ailani.....	55
4.1.3 StrukturOrganisasi	55
4.2 Deskripsi Penelitian	56
4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden.....	57
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	59
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	
4.3.1 Uji Validitas	62
4.3.2 Uji Reliabilitas	64
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.4.1 Multikolinieritas.....	65
4.4.2 Heteroskedastisitas.....	65
4.4.3 Autokorelasi.....	67
4.4.4 Normalitas.....	67
4.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	69
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.5.2 Analisis Koefisien Korelasi Koefisien Determinasi	71
4.5.3 Hasil Pengujian Hipotesis	72
4.5.3.1 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	72
4.5.3.2 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	74
4.6 Pembahasan.....	77
4.6.1 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen OnlineShop Ailani	77

4.6.2 Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen OnlineShop Ailani	78
4.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen OnlineShop Ailani	78
4.6.4 Review Penelitian Terdahulu Sebagai Dasar Penelitian	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	iv
LAMPIRAN	vi

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Durbin Waston	45
Tabel 4.1 Deskriptif Pekerjaan Responden	57
Tabel 4.2 Deskriptif Pendidikan Responden	58
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X_1).....	59
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Thp Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) ..	60
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen(Y).....	61
Tabel 4.6 Uji Validitas	63
Tabel 4.7 Nilai Koefisien <i>Alpha Cronbach</i>	64
Tabel 4.8 Nilai Statistik Multikolinieritas	65
Tabel 4.9 Nilai Durbin Waston	67
Tabel 4.10 Regresi Linier Berganda	70
Tabel 4.11 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.12 Hasil Analisis Uji F.....	72
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji t	75
Tabel 4.14 Matriks Penelitian Terdahulu dengan Sekarang	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 KerangkaBerpikir.....	33
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	51
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	53
Gambar 4.1 StrukturOrganisasi.....	55
Gambar 4.2 GrafikScaterrplot.....	66
Gambar 4.3 HasilUjiNormalitas.....	67
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan H_0 uji F.....	74
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan H_0 Variabel X_1	76
Gambar 4.6 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan H_0 Variabel X_2	77