

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT DIMENSI CITRA SEMESTA**

SKRIPSI



Oleh :

Muhammad Fathin Ridlolloh

21042010290

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

PT DIMENSI CITRA SEMESTA

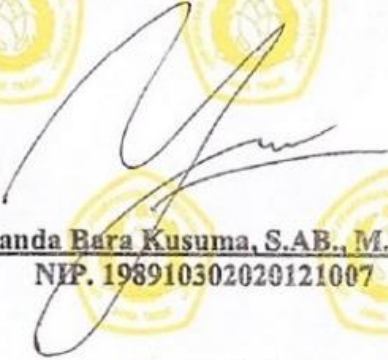
Disusun Oleh :

MUHAMMAD FATHIN RIDLOLOH
21042010290

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302029121007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT DIMENSI CITRA SEMESTA**

Oleh :

MUHAMMAD FATHIN RIDLOLOH
21042010290

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada tanggal 22 Mei 2025

Tim Penguji :

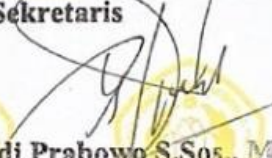
Dosen Pembimbing


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

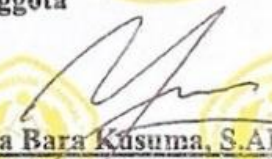
1. Ketua


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

2. Sekretaris


Budi Prabowo S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001

3. Anggota


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Fathin Ridlolloh
NPM : 21042010290
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, Saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 22 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



Muhammad Fathin Ridlolloh
NPM. 21042010290

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT Dimensi Citra Semesta”*.

Pada Kesempatan ini, peneliti juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB selaku dosen pembimbing peneliti atas segala arahan serta bimbingannya sehingga peneliti mampu menyelesaikan Skripsi atau Tugas Akhir ini dengan baik. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Catur Supratnoaji, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M, M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada peneliti.
4. Kedua Orang Tua Peneliti, Bapak H. Faisal Haqqi, S.E dan Ibu Hj. Rini Rusmawati, S.Ag selaku orang tua peneliti yang terus memberikan support melalui dukungan, do’a maupun tindakan sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
5. Bapak Agus Sudarwanto, S.Km selaku Direktur PT Dimensi Citra Semesta yang telah memberikan izin untuk peneliti untuk menjadikan PT Dimensi Citra Semesta sebagai objek untuk peneliti teliti.
6. Teruntuk NIM 46121010192 Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta, teman dekat peneliti yang senantiasa mendengar keluh kesah peneliti, menemani hari-hari peneliti hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
7. Kepada teman-teman Growth Together dan Sadar Diri Bro yang telah menemani mulai awal perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini.

8. Untuk peneliti yang telah kuat bertahan sampai sejauh ini, telah bertahan dan bertanggung jawab atas apa yang sudah peneliti jalani dan pilih sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik.

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

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

Surabaya, 26 Mei 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Pemasaran	12
2.2.2 Perilaku Konsumen	15
2.2.3 Kualitas Pelayanan	18
2.2.4 Kualitas Produk.....	21
2.2.5 Harga	24
2.2.6 Kepuasan Pelanggan	27
2.3 Kerangka Berpikir	31
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	31
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	33
2.4 Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Lokasi Penelitian.....	36
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.3.1 Definisi Operasional.....	37
3.3.2 Pengukuran Variabel	41
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	41
3.4.1 Populasi	41
3.4.2 Sampel.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.5.1 Jenis Data	44
3.5.2 Sumber Data.....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data	45
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3.7.2 Uji Validitas	48
3.7.3 Uji Reliabilitas	49
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.7.5 Uji Hipotesis	51
3.8 Waktu Penelitian	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran dan Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Profil Objek Penelitian.....	55
4.1.2 Logo Objek Penelitian.....	55

4.1.3 Visi dan Misi PT Dimensi Citra Semesta	55
4.2 Penyajian Data	56
4.2.1 Data Responden	56
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
4.3 Uji Instrumen Data.....	68
4.3.1 Uji Validitas	68
4.3.2 Uji Reliabilitas	69
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.4.1 Uji Normalitas.....	70
4.4.2 Uji Multikolinearitas	71
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	71
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4.6 Uji Hipotesis	73
4.6.1 Uji Simultan (Uji F)	73
4.6.2 Uji Parsial (Uji t).....	74
4.7 Pembahasan.....	76
4.7.1 Pengaruh Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	76
4.7.2 Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	77
4.7.3 Pengaruh Secara Parsial Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	78
4.7.4 Pengaruh Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan PT Dimensi Citra Semesta Periode 01 Januari hingga 11 Desember 2024	5
Tabel 2.1 Jumlah Pelanggan PT Dimensi Citra Semesta Periode 01 Januari hingga 11 Desember 2024	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2 Sampel Konsumen Pada PT Dimensi Citra Semesta 2024.....	43
Tabel 3.3 Skala Likert	46
Tabel 3.4 Cronbach Alpha	49
Tabel 3.5 Waktu Penelitian	54
Tabel 4.1 Distribusi Responden Konsumen.....	56
Tabel 4.2 Distribusi 2 Kelompok Usia.....	56
Tabel 4.3 Distribusi Tempat Tinggal dan Lokasi Responden.....	57
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	58
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X2).....	61
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X3).....	63
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t)	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 3.1 Model Regresi Linear Berganda	47
Gambar 3.2 Kurva Uji F.....	52
Gambar 3.3 Kurva Uji t.....	53
Gambar 4.1 Logo PT Dimensi Citra Semesta.....	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72

ABSTRAK

MUHAMMAD FATHIN RIDLOLLOH, 21042010290, PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT DIMENSI CITRA SEMESTA

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Dimensi Citra Semesta. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya kepuasan pelanggan dalam mempertahankan kelangsungan usaha serta meningkatkan loyalitas konsumen di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei sebagai teknik pengumpulan data. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 45 responden yang merupakan pelanggan PT Dimensi Citra Semesta. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh simultan maupun parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Namun secara parsial, hanya variabel Kualitas Produk dan Harga yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sementara itu, variabel Kualitas Pelayanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih menekankan pada kualitas produk dan kesesuaian harga dibandingkan dengan aspek pelayanan dalam menentukan tingkat kepuasan mereka terhadap perusahaan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

MUHAMMAD FATHIN RIDLOLLOH, 21042010290, THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION PT DIMENSI CITRA SEMESTA

This study was conducted to determine the effect of Service Quality, Product Quality, and Price on Customer Satisfaction at PT Dimensi Citra Semesta. The background of this research is the importance of customer satisfaction in maintaining business continuity and increasing consumer loyalty in the midst of increasingly fierce business competition. This research uses a quantitative approach with the survey method as a data collection technique. Data were obtained through distributing questionnaires to 45 respondents who are customers of PT Dimensi Citra Semesta. The data analysis technique used is multiple linear regression to determine the simultaneous and partial effects of the independent variables on the dependent variable. The results showed that simultaneously, Service Quality, Product Quality, and Price have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. However, partially, only the variables of Product Quality and Price are proven to have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Meanwhile, the Service Quality variable did not show a significant effect partially. This finding shows that customers emphasize product quality and price suitability more than service aspects in determining their level of satisfaction with the company.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Price, Customer Satisfaction