

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
FAMILYMART MULYOSARI DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

NURINA DITASARI

21042010017

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

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
FAMILYMART MULYOSARI DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

NURINA DITASARI

21042010017

Telah disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si

NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
FAMILYMART MULYOSARI DI SURABAYA**

Oleh :

NURINA DITASARI
21042010017

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 21 Mei 2026**

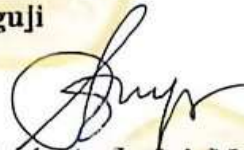
Pembimbing Utama



Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196112241989031007

Tim Penguji

1. Ketua



Dra. Sonja Andariui, M.Si
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris



Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338

3. Anggota



Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si
NIP. 196112241989031007

**Mengetahui,
DEKAN**



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

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurina Ditasari
NPM : 21042010017
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tagas-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 ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundangan-undangan yang berlaku.

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

Surabaya, 25 Mei 2026

Yang membuat pernyataan



Nurina Ditasari
NPM. 21042010017

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis limpahkan kepada Allah SWT karena berkat karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Family Mart Mulyosari di Surabaya”**. Skripsi ini dirancang sebagai keharusan dalam menyelesaikan pendidikan Strata-1 pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini diperlukan usaha dan pencapaian yang tidak mungkin dapat tertuntaskan tanpa disertai dukungan yang berasal dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis menyampaikan banyak terima kasih terutama kepada Bapak Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si, selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, waktu, dan tenaga kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen beserta civitas akademika Program Studi

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan dan pengajaran kepada penulis selama masa kuliah.

4. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan doa dan dukungan baik secara spiritual maupun materi yang diberikan kepada penulis.
5. Segenap teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis, Faizah, Nafa, Farah, Cinta dan Alfareza atas segala bentuk pengalaman, bantuan dan dukungan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi.
6. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih atas diri sendiri yang sudah kuat dan mampu berjalan sejauh ini hingga akhir penyelesaian skripsi sebagai syarat kelulusan sarjana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan, mengingat keterbatasan dalam kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan, kritik, dan saran yang dapat membangun guna perbaikan dan penyempurnaan proposal ini. Dengan segala kekurangan yang dimiliki, penulis berharap agar proposal ini mampu memberi manfaat bagi semua pihak terkait dan dapat menjadi referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.

Surabaya, Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK.....	ixi
ABSTRACT	ixii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Pemasaran.....	16
2.2.2 Kualitas Pelayanan	19
2.2.3 Kualitas Produk	23
2.2.4 Persepsi Harga	29
2.2.5 Kepuasan Konsumen	33
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	37
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen ...	37
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	39
2.4 Kerangka Berpikir.....	39
2.5 Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Lokasi Penelitian.....	42
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.3.1 Definisi Operasional.....	43
3.3.2 Pengukuran Variabel	48
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	49
3.4.1 Populasi	49
3.4.2 Sampel	50
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5.1 Jenis Data.....	52
3.5.2 Sumber Data	52
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	53
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian.....	53
3.6.2 Uji Validitas.....	54
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	55
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	56
3.6.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	58
3.6.6 Uji Hipotesis.....	59
3.7 Jadwal Penelitian	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.2 Penyajian Data Hasil Penelitian.....	66
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	66
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	68
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	80
4.3.1 Uji Validitas.....	80
4.3.2 Uji Reliabilitas	81
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	82
4.4.1 Uji Normalitas	82

4.4.2 Uji Multikolinearitas	84
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	85
4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	86
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	87
4.6.1 Uji F (Simultan).....	87
4.6.2 Uji t (Parsial)	90
4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	92
4.8 Pembahasan.....	93
4.8.1 Pengaruh Secara Simultan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	93
4.8.2 Pengaruh Secara Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	95
4.8.3 Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	96
4.8.4 Pengaruh Secara Parsial Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	97
4.9 Matriks Hasil Penelitian.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Indeks Penjualan Riil	1
Gambar 1. 2 Top Brand Index FamilyMart	4
Gambar 1. 3 Rating dan Ulasan FamilyMart Mulyosari Surabaya	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	40
Gambar 3. 1 Kurva Uji F.....	61
Gambar 3. 2 Kurva Uji t.....	63
Gambar 4. 1 Logo FamilyMart	65
Gambar 4. 2 Grafik P Plot.....	83
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
Gambar 4. 4 Kurva Uji F.....	89
Gambar 4. 5 Kurva Uji t Variabel X1	91
Gambar 4. 6 Kurva Uji t Variabel X2	91
Gambar 4. 7 Kurva Uji t Variabel X3	92

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional	46
Tabel 3. 2 Skala Likert	49
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	64
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4. 4 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	69
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2)	72
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X3).....	75
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	78
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	80
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	82
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	86
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan).....	88
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Parsial)	90
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	93
Tabel 4. 16 Matriks Hasil Penelitian.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 2. Tabulasi Data Karakteristik Responden	112
Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	118
Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X2).....	124
Lampiran 5. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga (X3)	130
Lampiran 6. Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	136
Lampiran 7 Uji Validitas.....	142
Lampiran 8. Uji Reliabilitas.....	146
Lampiran 9. Uji Asumsi Klasik	147
Lampiran 10. Uji Analisis Regresi Liner Berganda.....	148
Lampiran 11. Uji F (Simultan).....	149
Lampiran 12. Uji t (Parsial)	149
Lampiran 13. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	149

ABSTRAK

NURINA DITASARI, 21042010017, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Family Mart Mulyosari di Surabaya

Globalisasi dunia bisnis saat ini menunjukkan perkembangan signifikan yang mampu memberikan dampak pertumbuhan pada perekonomian Indonesia. Perkembangan teknologi membuat dunia bisnis menghadapi persaingan yang ketat, karena konsumen akan lebih selektif dalam memilih barang atau jasa. Bisnis ritel modern merupakan salah satu sektor yang mengalami persaingan untuk menarik konsumen guna memenuhi kebutuhan mereka. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada FamilyMart Mulyosari di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk FamilyMart Mulyosari di Surabaya dengan usia diatas 13 tahun dan berdomisili di Surabaya. Pengambilan sampel sebanyak 150 responden menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang diuji menggunakan SPSS versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga secara simultan dan parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Persepsi Harga; Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

NURINA DITASARI, 21042010017, Service Quality, Product Quality, Price Perception, Consumer Satisfaction

The current globalization of the business world shows significant developments that are able to provide a growth impact on the Indonesian economy. Technological developments make the business world face fierce competition, because consumers will be more selective in choosing goods or services. Modern retail business is one sector experiencing competition to attract consumers to meet their needs. This study was conducted to determine the effect of service quality, product quality, and price perception on consumer satisfaction at FamilyMart Mulyosari in Surabaya. The research method used was quantitative. The population in this study were consumers who had purchased FamilyMart Mulyosari products in Surabaya aged over 13 years and domiciled in Surabaya. A sample of 150 respondents was taken using a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The analytical method used was multiple linear regression analysis tested using SPSS version 21. The results of this study indicate that service quality, product quality, and price perception simultaneously and partially have a significant influence on consumer satisfaction.

Keywords: Service Quality; Product Quality; Price Perception; Consumer Satisfaction