

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA
OXY LAUNDRY DI WONOCOLO SURABAYA**



Di Ajukan Oleh:

Mohammad Shobihul Anam

NBI 1211600216

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

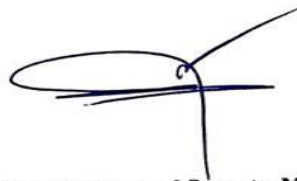
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Mohammad Shobihul Anam
NBI : 1211600216
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi :

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA OXY LAUNDRY DI WONOCOLO SURABAYA”

Surabaya, 10 Januari 2021

Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing,



Drs. Ec. Muhammad Suyanto, MM



BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-
SBY.AC.ID.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Shobihul Anam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : ~~Tugas Akhir~~ / Skripsi / Tesis / Disertasi / Laporan Penelitian / Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASAOXY LAUNDRY DI WONOCOLO SURABAYA

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 27 Januari 2020

Yang Menyatakan,



v Mohammad Shobihul Anam

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah :

1. Nama Lengkap (KTP) : Mohammad Shobihul Anam
2. NBI : 1211600216
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3524153107980002
6. Alamat Rumah (KTP) : Ds. Takerharjo RT.002 RW.004 kec. Solokuro
Kab. Lamongan

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA OXY LAUNDRY DI WONOCOLO SURABAYA

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 30 Mei2021
Yang Membuat

(Mohammad Shobihul Anam)



LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada tanggal,, 2021

TIM PENGUJI :

1. Dra. Ec. Endang Setyowati, M.SI

- Ketua

2. Drs. Ec. Mohammad Suyanto, MM

- Anggota

3. Dra.Ec..IA.Nuh Kartini, SE.MM

-Anggoa

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya

Dekan,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si, Ak, CA

NPP. 20220.93.0319

KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT. Yang telah memberikan saya kesehatan dan kemampuan untuk menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dan lancar tanpa suatu halangan apapun. Dengan ini karya skripsi saya ingin persembahkan kepada beberapa pihak yang mendukung dan berharap penyelesaian skripsi ini. Karya skripsi ini saya persembahkan untuk:

“Ayahanda Mua’nan, Ibuda Marmiyati dan adik Dwi almas tercinta”

“Semua Teman-teman yang aku sayangi tanpa terkecuali”

“Almamaterku yang saya banggakan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”

“Fakultas tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis”

“Jurusan yang aku banggakan Manajemen”

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah ayat 5-6)

“Sesungguhnya Allah SWT tidak akan mengubah nasib sebuah kaum, hingga mereka mengubah diri mereka sendiri”

(Q.S Ar-Rad Ayat 11)

“Nun. Demi pena dan apa yang mereka tuliskan,”

(Q.S Al-Qalam [68] :1)

ABSTRAK

Di zaman era sekarang dunia usaha jasa semakin berkembang dengan cepat, salahsatunya di bidang jasa. Melihat kesempatan ini semua orang lebih memilih mendirikanbisnis jasa karena melihat perkembangan saat ini yang semua orang lebih memilihmempercayakan pekerjaan sehari-hari mereka kepada orang lain. Banyaknya orangmendirikan usaha membuat persaingan bisnis yang semakin ketat, maka dari itu untukmenghadapi situasi dan keadaan tersebut. Pelaku usaha juga di tuntutan untuk mempertahankan pasar dan memenangkan persainganpasar. Untuk memenangkan persaingan tersebut para pelaku usaha harus bisa memahamiapa yang di butuhkan dan keinginan para konsumen sekarang, dengan itu pelaku usahabisa mengambil keputusan strategi apa yang bisa membuat konsumen lebih puas danbertahan dan yang lebih penting memenangkan persaingan di pasar. Melihat fenomena diatas peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap KepuasanKonsumen Dalam Menggunakan Jasa Oxy Laundry Di Wonocolo Surabaya”

Dari hasil analisi menggunakan regresi linier berganda dapat diketahui bahwa nilai F yang dihasilkan sebesar 8,594 dengan nilai sig sebesar 0,000. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 yang artinya variabel persepsi harga, kualitas layanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Oxy Laundry di Wonocolo Surabaya. Sedangkan hasil uji T yang dihasilkan oleh persepsi harga sebesar 2,016 dengan sig 0,047, kualitas layanan sebesar 2,269 dengan sig 0,025, lokasi 2,402 dengan sig sebesar 0,018. Sig yang dihasilkan masing-masing variabel lebih kecil dari 0,05. Sehingga secara parsial variabel persepsi harga, kualitas layanan dan lokasi perpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Oxy Laundry di Wonocolo Surabaya.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Lokasi dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

In today's era, the service business world is growing rapidly, one of which is in the service sector. Seeing this opportunity, everyone prefers to set up a service business because seeing current developments where everyone prefers to entrust their daily work to others. The number of people establishing businesses makes business competition increasingly fierce, therefore to face these situations and circumstances. Business actors are also required to defend the market and win market competition. To win this competition, business actors must be able to understand what current consumers need and want, with that business actors can make strategic decisions that can make consumers more satisfied and survive and more importantly win the competition in the market. Seeing the above phenomenon, the researcher intends to conduct research with the title: "The Effect of Price Perception, Service Quality and Location on Customer Satisfaction in Using Oxy Laundry Services in Wonocolo Surabaya"

From the analysis using multiple linear regression, it can be seen that the resulting F value is 8,594 with a sig value of 0,000. The sig value is smaller than the probability value of 0.05, which means that the variable price perception, service quality and location has a simultaneous effect on customer satisfaction in using Oxy Laundry services at Wonocolo Surabaya. While the results of the T test generated by the perceived price of 2.016 with sig 0.047, service quality of 2.269 with sig 0.025, location 2.402 with sig of 0.018. The resulting Sig for each variable is less than 0.05. So that partially the variable price perception, service quality and location simultaneously influence customer satisfaction in using Oxy Laundry services at Wonocolo Surabaya.

Keywords: Price Perception, Service Quality, Location and Customer Satisfaction.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	vii
KATA PENGANTAR	viii
KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	3
ABSTRAK.....	7
ABSTRACT	8
RINGKASAN.....	xiii
SUMMARY	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	5
2.1.3 Persepsi Harga.....	6
2.1.4 Kualitas Pelayanan	8

2.1.5	Lokasi.....	11
2.1.6	Konsumen.....	12
2.2	Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	17
2.2.1	Hubungan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	17
2.2.2	Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	17
2.2.3	Hubungan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	17
2.3	Penelitian Terdahulu.....	17
2.4	Kerangka Konseptual.....	20
2.5	Hipotesis Penelitian	21
METODE PENELITIAN.....		23
3.1	Desain Penelitian.....	23
3.2	Tempat dan Waktu.....	23
3.3	Jenis dan Sumber Data	23
3.3.1	Jenis Data	23
3.3.2	Sumber Data	23
3.4	Populasi Dan Sample.....	24
3.4.1	Populasi Penelitian	24
3.4.2	Sample Penelitian	24
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6	Definisi Variabel Dan Definisi Operasional.....	26
3.6.1	Definisi Variabel	26
3.6.2	Definisi Variabel	26
3.7	Proses Pengolahan Data.....	28
3.8	Metode AnalisisData.....	29
3.8.1	Uji Kualitas Data.....	29

3.8.2	Uji Asumsi Klasik	30
3.8.2	Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis Dan Analisis Data	31
BAB IV	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	33
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	33
Uraian Kerja dan Tanggung Jawab	34
<input type="checkbox"/>	Pemilik, mengawasi kegiatan operasional yang dilakukan sehari hari dan memantau hasil kerja karyawan.....	34
<input type="checkbox"/>	Manajer, bertugas mengawasi jumlah transaksi yang masuk dan bertanggung jawab atas semua hal yang terjadi pada laundry.....	34
<input type="checkbox"/>	Bagian pencucian, bertugas sebagai mencuci baju, menyetrika baju dan semua peralatan yang di gunakan untuk laundry baju konsumen.....	34
<input type="checkbox"/>	\Bagian kasir, bertugas sebagai menerima uang dan mencatat nota untuk di berikan ke konsumen.	34
4.2.1. Karakteristik Responden	35
4.2.2. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	36
4.3 Uji Instrumen	39
4.3.1 Uji Validitas	39
4.3.2 Uji Reliabilitas	40
4.4 Analisis Data	41
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	41
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda	42
4.4.3 Koefisien Determinasi R²	44
4.5 Pengujian Hipotesis	45

4.5.1 Uji t.....	45
4.5.2 Uji F	47
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	48
4.6.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	48
4.6.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	49
4.6.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	49
4.6.4 Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	50
4.7 Implikasi Penelitian	50
4.8 Keterbatasan Penelitian	50
PENUTUP	53
5.1 Simpulan.....	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN 1	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptua.....	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Restoran Dr. Duck Sidoarjo.....	34
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Skala Likert.....	26
Tabel 4.1 Deskripsi Berdasarkan Kelamin	35
Tabel 4.2 Deskripsi Berdasarkan Jenis Usia.....	35
Tabel 4.3 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.4 Tanggapan Respoden Terhadap Varuabel Harga	37
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Vasiabel Kualitas Layanan	37
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi.....	38
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepusan Konsumen	38
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas	39
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	39
Tabel 4.10 Tabel Collicary-Pengujian Multikolinieritas	41
Tabel 4.11 Hasil Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji T	45
Tabel 4.14 Hasil Uji F	48