

SKRIPSI

**PENGARUH PRESEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA KONSUMEN BABY FOOD BUBUR BAYI ORGANIK DI
SIDOARJO**



Oleh :

ALYA VINDY DAMAYANTI
NBI: 1212000334

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH PRESEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA KONSUMEN BABY FOOD BUBUR BAYI ORGANIK DI
SIDOARJO**



Di Ajukan Oleh :

Alya Vindy Damayanti

NBI : 1212000334

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**PENGARUH PRESEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA KONSUMEN BABY FOOD BUBUR BAYI ORGANIK DI**

SIDOARJO

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan
Bisnis**

Oleh :

Alva Vindy Damayanti

NBI : 1212000334

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Alya Vindy Damayanti
NBI : 1212000334
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Presepsi Harga, Kualitas Produk, dan
Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada
Konsumen Baby Food Bubur Bayi Organik Di Sidoarjo

Surabaya, 9 Maret 2024
Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing



Dr.Ir Hotman Panjaitan, MT.MM

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk emmenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 8 Juli 2024.
TIM PENGUJI :

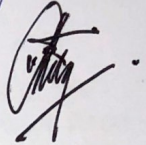
1. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT. MM

– Ketua



2. Drs. Ec. Mataji, MM

– Anggota



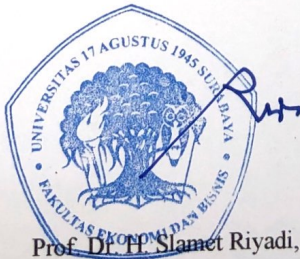
3. Drs. Ec. Istiono, MBA

– Anggota



Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan



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

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

- | | |
|-----------------------|----------------------------|
| 1. Nama Lengkap (KTP) | : Alya Vindy Damayanti |
| 2. NBI | : 1212000334 |
| 3. Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis |
| 4. Program Studi | : Manajemen |
| 5. NIK (KTP) | : 3515136906010001 |
| 6. Alamat Rumah (KTP) | : Jl.Jeruk No 40 Raya Wage |

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

PENGARUH PRESEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN BABY FOOD BUBUR BAYI ORGANIK DI SIDOARJO

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin karya 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 atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 12 Juni 2024

Yang Membuat,



Alya Vindy Damayanti



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Telp. 031 593 1800 (ext. 311)

Email: perpus@untag-sby.ac.id

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

Sebagai civitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alya Vindy Damayanti

NBI : 1212000334

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi/ ~~Tugas Akhir/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Makalah~~

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

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN BABY FOOD BUBUR BAYI ORGANIK DI SIDOARJO”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (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 nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal :

Yang Menvatakan



Alya Vindy Damayanti

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya. Karena atas izin-Nya, Peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Presepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Baby Food Bubur Bayi Organik Di Sidoarjo”. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya masih terdapat kekurangan-kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini, diantaranya yaitu kepada :

1. Kedua orang tua yang tak henti-hentinya memberikan doa dan dukungan serta kasih sayang yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT. MM selaku pembimbing yang telah banyak memberi pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasan yang sangat bermanfaat bagi saya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini
3. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan program Sarjana Manajemen
5. Dr. Ulfi Prastiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan

kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.

6. Dr. Ida Bagus Campena M.M. selaku ketua penguji dan Dr. Estik Hari Pratiwi, SE, MM. selaku penguji, dalam sidang proposal dan sidang proposal dan sidang skripsi, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga sidang skripsi Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman matcha saya yaitu Hilda, Marcell, Lukman yang selalu bantu ketika benar benar dalam keadaan sulit, Nella, Arum, Rifqi dan Salsa. Terimakasih karena selalu menjadi teman terbaik saya selama dikampus merah putih ini.
9. Seluruh teman rumah, teman kerja saya termasuk bos saya mama Sri Mulyani yang selalu membantu saya dan mempermudah dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, Penulis menyadari bahwa masih banyak cacat celah dalam skripsi saya ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk memperbaiki skripsi saya.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 12 Juni 2024

Yang Membuat,

Alya Vindy Damayanti

RINGKASAN

Baby Food Bubur Bayi Organik atau bisa disebut Baby Food Sidoarjo adalah perusahaan yang berdiri sejak 14 maret 2020 yang kini telah memiliki 38 outlet yang tersebar di kota sidoarjo dengan berfokus pada penyajian makanan sehat, praktis, dan halal untuk balita. Baby food sidoarjo memproduksi 10 varian macam bubur organik dan beberapa menu pelengkap seperti nasi tim, puding, outmeal, dan soup. Dalam menjalani kegiatan usahanya Baby Food Sidoarjo menjamin kualitas produk bahan baku yang menjadi komitmen perusahaan dan menjaga hubungan baik serta memiliki pelatihan khusus untuk para karyawan untuk membangun sumber daya manusia yang lebih baik lagi.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik Non probability Sampling, yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Salah satu metode Non probability Sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana teknik ini diambil berdasarkan pertimbangan tertentu, yaitu konsumen laki laki dan perempuan yang berusia minimal 17 tahun. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 90 responden.

Sehingga penelitian ini menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yang dijadikan data penelitian ini. Teknik analisis yang digunakan adalah uji keabsahan instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis menggunakan program IBM SPSS 26, Sedangkan metode analisis data yang digunakan antara lain, Uji koefisien determinasi (R^2), Uji statistic simultan (F), dan uji statistic parsial (t). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Presepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Baby Food Bubur Bayi Organik Di Sidoarjo.

SUMMARY

Baby Food Organic Baby Porridge or what can be called Baby Food Sidoarjo is a company that was founded on March 14 2020 and now has 38 outlets spread across the city of Sidoarjo with a focus on serving healthy, practical and halal food for toddlers. Baby Food Sidoarjo produces 10 varieties of organic porridge and several complementary menus such as nasi tim, pudding, outmeal and soup. In carrying out its business activities, Baby Food Sidoarjo guarantees the quality of raw material products that are the company's commitment and maintains good relations and has special training for employees to build better human resources.

The sampling technique uses a Non Probability Sampling technique, which does not provide an equal opportunity for each element or member of the population to be selected as a sample. One of the Nonprobability Sampling methods used is purposive sampling, where this technique is taken based on certain considerations, namely male and female consumers who are at least 17 years old. The number of samples taken in this research was 90 respondents.

So this research uses a questionnaire filled out by respondents which is used as data for this research. The analysis techniques used are instrument validity tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis. Hypothesis testing uses the IBM SPSS 26 program, while the data analysis methods used include the coefficient of determination test (R^2), simultaneous statistical test (F), and partial statistical test (t). The results of this research indicate that price preception, product quality and service quality influence customer satisfaction with organic baby porridge baby food in Sidoarjo.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan di Baby Food Bubur Bayi Organik di Sidoarjo. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden dengan metode *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data yang menggunakan metode penelitian lapangan dan data yang terkumpul dianalisis statistik dengan memanfaatkan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel persepsi harga, kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil uji f variabel persepsi harga, kualitas produk dan kualitas layanan memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 50,9% menunjukkan besarnya pengaruh variabel persepsi harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 49,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of price preception, product quality and service quality on customer satisfaction. This research was conducted at Baby Food Organic Baby Porridge in Sidoarjo. The number of samples used in this research was 90 respondents using a nonprobability sampling method. The data collection technique uses field research methods and the data collected is analyzed statistically using the SPSS program. The research results show that partially the variables price preception, product quality and service quality have a significant effect on customer satisfaction.

The results of the f test for the variables price preception, product quality and service quality have a high level of model suitability for customer satisfaction. The coefficient of determination (R^2) of 50.9% shows the large influence of price preception, product quality and service quality variables on customer satisfaction, while the remaining 49.1% of customer satisfaction is influenced by other variables not examined in this research

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

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
RINGKASAN	ix
<i>SUMMARY</i>	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran	8
2.1.3 Perilaku Konsumen	9
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	11

2.1.5 Persepsi Harga.....	12
2.1.6 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.1.7 Kualitas Layanan.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Hubungan Antar Dua Variabel.....	19
2.4 Kerangka Konseptual.....	22
2.5 Hipotesis Antar Variabel.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.4 Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1 Populasi.....	25
3.4.2 Sampel.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6 Teknik Pengukuran Instrumen.....	26
3.7 Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	27
3.7.1 Definisi Variabel.....	27
3.7.2 Definisi Operasional.....	28
3.8 Proses Pengolaan Data.....	30
3.9 Metode Analisis Data.....	30
3.9.1 Uji Instrumen.....	30
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.9.3 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	31
3.9.4 Uji Statistik Deskriptif.....	31
3.9.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	32
3.10 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	32
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.1.1 Sejarah Singkat.....	33
4.1.2 Visi dan Misi	33
4.2 Data Penelitian	33
4.2.1 Karakteristik Responden	33
4.2.2 Deskriptif Jawaban Responden	35
4.3 Hasil Penelitian	41
4.3.1 Uji Instrumen.....	41
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	43
4.3.3 Regresi Linier Berganda.....	46
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	47
4.4 Pembahasan.....	49
4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	50
4.4.2 Pengaruh Kaulitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	50
4.4.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	51
4.4.4 Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data konsumen Baby Food Bubur Bayi Oraganik Sidoajo	3
Tabel 3.1 Interval Kelas	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional	28
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 4.2 Usia Responden	34
Tabel 4.3 Status Pekerjaan Responden	34
Tabel 4.4 Frekuensi Pembelian Responden	35
Tabel 4.5 Interval rata – rata skor	36
Tabel 4.6 Jawaban Responden Presepsi Harga(X1)	36
Tabel 4.7 Jawaban Responden Kualitas Produk (X2)	37
Tabel 4.8 Jawaban Responden Kualitas Layanan (X3)	39
Tabel 4.9 Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan (Y)	40
Tabel 4.10 Uji Validitas	41
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.12 Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	43
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.14 Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.15 Uji t	47
Tabel 4.16 Uji F	48
Tabel 4.17 Uji R	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 4.1 Uji Normalitas P-Plot	44
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 2 Surat Persetujuan Melakukan Penelitian	65
Lampiran 3 Kartu Bimbingan Skripsi	66
Lampiran 4 Hasil Kuisisioner	67
Lampiran 5 Analisis Deskriptif Variabel	75
Lampiran 6 Uji Validitas.....	77
Lampiran 7 Uji Reliabilitas	81
Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik.....	82
Lampiran 9 Uji Hipotesis	83
Lampiran 10 Hasil Turnitin.....	85