SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS RPODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MINIMARKET 78 MAJU MAPAN DI SEPANJANG**

**SIDOARJO**



**Disusun Oleh :**

##### AHMAD GOFAR RIYANTO

##### NBI : 1211508734

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2020**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS RPODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MINIMARKET 78 MAJU MAPAN DI SEPANJANG**

**SIDOARJO**

**SKRIPSI**

Di Ajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna

Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

**Oleh :**

**Ahmad Gofar Riyanto**

**NBI : 1211508734**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2020**

****

****

****

**KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO**

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggan. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuhpendidikan dan meneyelsaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tunjukan kepada :

1. Drs. Ec. Mohammad Suyanto, MM selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tembahan ilmu serta wawasannya, Saya sangat berterima kasih atas waktun yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu proses kelancaran perkuliaan saya.
2. Untuk kedua orang tua Bapak dan Ibu tercinta dan pak de, bu de yang senantiasa mencurahkan kasih sayang serta kesabaran dalam membesarkan dan mendidikku. Yang rela siang malam membanting tulang dan yang senantiasa mendo’akan setiap langkahku. Dan seluruh keluarga besaraku
3. 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 Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis, Universita 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkulian pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajmen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Dra. Ec Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkulihan saya.
6. Dr.Ida Bagus Cempena.MM Selaku ketua penguji dan selaku penguji 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 kulia saya.

Motto saya adalah *“Dia mengatur segala urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepada-Nya dalam satu hari yang kadarnya (lamanya) adalah seribu tahun menurut perhitunganmu” (Q.S. As-Sajadah:5)*

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

Surabaya, 4 Maret 2020

**KATA PENGANTAR**

Pengukur kepuasan konsumen dirancang sebagai mengukur persentasi konsumen dari sisi kualitas, kuantitas, dan persepsi. Proses pencapaiannya melalui berbagai macam faktor yang dirangkai sebagai suatu kestuan yang saling mendukung pencapaian kepuasan konsumen. Apabila semua faktor digabungkan menjadi satu dan disajikan dalam bentuk penelitian, maka dapat di pelajarilah hal-hal yang mempengarui konsumen dalam mencapai kepuasan konsumen yang tinggi.

Sebagai transisi menuju pencapaian kepuasan yang terbaik, penelitian ini masih belum pernah dilakukan sebelumnya oleh siapapun dan kurang mendapatkan perhatian. Pengaruh yang berkaitan erat dengan kepuasan konsumen masih perlu disajikan sebagai suatu kesatuan dalam penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan wawasan yang utuh tentang prinsip-prinsip dasar yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan tahap-tahap yang perlu dicapai agar dapat memperoleh kepuasan yang tertinggi dan terbaik.

Skripsi ini menjabarkan usaha perusahaan dalam memberikan kepuasan bagi konsumen untuk mencapai apa yang diharapkan konsumen. Sesuai dengan pendekatan yang dipergunakan dalam keilmuan, konsumen diberikan kesempatan untuk menjadi sumber pembelajaran dan sumber informasi lain yang membuka wawasan dan pengaruh yang terbetang luas disekitarnya. Peran konsumen sangat penting untuk meningkatkan kualitas perusahaan secara keseluruan dan menyesuaikan model pengukuran kualitas perusahaan yang terbaik melalui kegiatan penelitian pada skripsi ini. Penelitian ini juga dapat memperkaya informasi dan tambahan ilmu dalam bentuk kegiatan-kegiatan lain yang sesuai dan relevan yang bersumber dari hasil penelitian ini.

Implementasi terbatas pada pengukuran kepuasan konsumen telah mendapat tanggapan yang sangat positif dan masukan yang sangat berharga melalui skripsi ini. Pengalaman sebelumnya tersebut dipergunakan semaksimal mungkin dalam menyiapkan skripsi ini untuk implementasi menyeluruh pada perusahaan untuk sekarang dan seterusnya. Skripsi ini sangat terbuka dan dapat terus dilakukan perbaikan serta penyempurnaan dimasa mendatang.

Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan yang terbaik bagi kemajuan dunia pendidikan dan keilmuan serta dapat meningkatkan dan memajukan organisasi dalam rangka mempersiapkan mencapai kepuasan konsumen yang terbaik dan tertinggi.

Surabaya, 10 juni 2020

Penulis

**RINGKASAN**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MINIMARKET 78 MAJU MAPAN DI SEPANJANG, SIDOARJO**

Minimarket 78 maju mapan yang beralamatkan di jalan Ketegaran Bar no. 12, Bebekan, Sepanjang, Sidoarjo merupakan toko ritel modern yang menjual berbagai macam produk rumah tangga dan kebutuan sehari-hari. Minimarket ini sendiri, ketika awal pebukaan tahun 2010 sempat mengalami pasang surut persaingan. Hampir tutup karna sepi pelanggan banyak yang memilih minimarket lain. Karena kondisi parkiran yang sempit, dan barang- barang yang di jual terlalu mahal. Minimarket walau sempat mengalami kondisi guncang paska sepi konsumen pada tahun 2011, namun perlahan tapi pasti, minimarket dapat pulih dan bangkit kembali dari krisis.

Adapun tujuan penelitian ini mengambil responden dari konsumen yang belanja pada Minimarket 78 maju mapan, baik anak muda, ibu rumah tangga hingga orang tua dengan jumlah 100 orang. Dalam pelaksanaan di lapangan, penelitian ini mengambil data primer yaitu dengan menggunakan kuisioner. Adapun data sekunder selain data primer yang diperoleh, didapat dari karyawan Minimarket 78 maju mapan meliputi profil perusahaan dan struktur organisasi. Jenis penelitian yang akan digunakan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode eksplantif. Hasil akhir dari penelitian ini menggunakan sampel dan hipotesis.

Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan *path analysis* untuk menguji hipotesis Secara keseluruhan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid (karena koefisien korelsi >0.200 dengan tingkat signifikansi < 0.05) dan reliabel (karena nilai koefisien *Cronbach`Alpha* > 0.60). Pada hasil temuan analisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang sekaligus menjawab hipotesis dengan menyimpulkan bahwa, pengaruh Pelayanan (X3) yang paling signifikan diantara tiga variabel yang lain, yaitu 0.185 dengan tingkat signifikasi 0.004. Hasil tersebut lebih tinggi dari pada veriabel persepsi harga (X1) 0.126 dengan tingkat sigfikasi 0.048 dan juga kualitas produk (X3) 0.103 dengan tingkat signifikasi 0.028.

*SUMMARY*

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MINIMARKET 78 MAJU MAPAN DI SEPANJANG, SIDOARJO**

*The 78 developed advenced Minimarket that addresses the the street kink Bar No 12 Bebekan, Sepanjang, Sidoarjo is a modern retail store that sells a wide range of household products and daily necessi. This Minimarket itself, when the beginning of the 2010 opening year time was tidal competition. Almost close because of the lonely many customers who choose shopping elsewhare. Because of the narrow condition of the parking and the goods sold too expensive. Minimarket despite experiencing conditions shake after the lonely consumer in the year 2011, but slowly but surely, minimarket can recover and bounce back from the crisis.*

*The purpose of this research is to take from consumers who are shopping on a minimarket of 78 forward established, good young people, housewives up to parents with a total of 100 persons. In the implementasation of the field, this research takes the primary data using the questionneire. The secondary data in addition to primary data obtained from the 78 established advenced minimarket employes include the company profile and organizational structure. The type of research methods with an expreslantive method. The final outcome of the study uses sampel and hypotheses.*

*The analytical techniques used are multiple regression analyses and path to test the hypothesis keseluruan the indicators used in this study are valid ( due to the correlation value>0.200 with the signification rate of <0.05 ) and reabels ( due to the alpha coefficient of Cronbach>0.60 ).*

*In the finding of the analysis using multiple linier regression that also answered the hypothesis by concluding that the most significant influence of service (X3) among the other thre variables, namely 0.185 with a significant level of 0,004. These results are higher than the price perseption variabel (X1) 0.126 with a signicant level of 0.048 and also product quality (X2) 0.103 with a signification rate of 0.028.*

**ABSTRAK**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MINIMARKET 78 MAJU MAPAN DI SEPANJANG, SIDOARJO**

Minimarket 78 maju mapan yang beralamatkan di jalan Ketegaran Bar no. 12, Bebekan, Sepanjang, Sidoarjo merupakan toko ritel modern yang menjual berbagai macam produk rumah tangga dan kebutuan sehari-hari. Minimarket ini sendiri, ketika awal pebukaan tahun 2010 sempat mengalami pasang surut persaingan. Hampir tutup karna sepi pelanggan banyak yang memilih belanja di tempat lain. Karena kondisi parkiran yang sempit, dan barang- barang yang di jual terlalu mahal. Minimarket walau sempat mengalami kondisi guncang paska sepi konsumen pada tahun 2011, namun perlahan tapi pasti, minimarket dapat pulih dan bangkit kembali dari krisis.

Adapun tujuan penelitian ini mengambil responden dari konsumen yang belanja pada Minimarket 78 maju mapan, baik anak muda, ibu rumah tangga hingga orang tua dengan jumlah 100 orang. Dalam pelaksanaan di lapangan, penelitian ini mengambil data primer yaitu dengan menggunakan kuisioner. Adapun data sekunder selain data primer yang diperoleh,dari karyawan Minimarket 78 maju mapan meliputi profil perusahaan dan struktur organisasi. Jenis penelitian yang akan digunakan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode eksplantif. Hasil akhir dari penelitian ini menggunakan sampel dan hipotesis.

Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan *path analysis* untuk menguji hipotesis Secara keseluruhan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid (karena koefisien korelsi >0.200 dengan tingkat signifikasi < 0.05) dan reliabel (karena nilai koefisien *Cronbach`Alpha* > 0.60).

Pada hasil temuan analisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang sekaligus menjawab hipotesis dengan menyimpulkan bahwa, pengaruh Pelayanan (X3) yang paling signifikan diantara tiga variabel yang lain, yaitu 0.185 dengan tingkat signifikasi 0.004. Hasil tersebut lebih tinggi dari pada veriabel persepsi harga (X1) 0.126 dengan tingkat sigfikasi 0.048 dan juga kualitas produk (X2) 0.103 dengan tingkat signifikasi 0.028.

**Kata Kunci :** Persepsi harga, Kualitas Produk, Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

*ABSTRACT*

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MINIMARKET 78 MAJU MAPAN DI SEPANJANG, SIDOARJO**

*The 78 developed advenced Minimarket that addresses the the street kink Bar No 12 Bebekan, Sepanjang, Sidoarjo is a modern retail store that sells a wide range of household products and daily necessi. This Minimarket itself, when the beginning of the 2010 opening year time was tidal competition. Almost close because of the lonely many customers who choose shopping elsewhare. Because of the narrow condition of the parking and the goods sold too expensive. Minimarket despite experiencing conditions shake after the lonely consumer in the year 2011, but slowly but surely, minimarket can recover and bounce back from the crisis.*

*The purpose of this research is to take from consumers who are shopping on a minimarket of 78 forward established, good young people, housewives up to parents with a total of 100 persons. In the implementasation of the field, this research takes the primary data using the questionneire. The secondary data in addition to primary data obtained from the 78 established advenced minimarket employes include the company profile and organizational structure. The type of research methods with an expreslantive method. The final outcome of the study uses sampel and hypotheses.*

*The analytical techniques used are multiple regression analyses and path to test the hypothesis keseluruan the indicators used in this study are valid ( due to the correlation value>0.200 with the signification rate of <0.05 ) and reabels ( due to the alpha coefficient of Cronbach>0.60 ).*

*In the finding of the analysis using multiple linier regression that also answered the hypothesis by concluding that the most significant influence of service (X3) among the other thre variables, namely 0.185 with a significant level of 0,004. These results are higher than the price perseption variabel (X1) 0.126 with a signicant level of 0.048 and also product quality (X2) 0.103 with a signification rate of 0.028.*

**DAFTAR ISI**

COVER LUAR

COVER DALAM ii

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING iii

LEMBAR PENGESAHAN iv

LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT v

KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO vi

KATA PENGANTAR viii

RINGKASAN ix

*SUMMARY* x

ABSTRAK xi

*ABSTRACT* xii

DAFTAR ISI xiii

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR TABEL xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN

* 1. Latar Belakang Masalah 1
  2. Rumusan Masalah 3
  3. Tujuan Penelitian 3
  4. Manfaat Penelitian 3

BAB II KAJIAN PUSTAKA

* 1. Landasan Teori 5
     1. Manajemen pemasaran...... 5

2.1.2 Persepsi harga 7

2.1.3 Kualitas produk 9

2.1.4 Pelayanan 11

2.1.5 Kepuasan Konsumen 12

2.1.6 Hubungan Teoritik antar Variabel 14

2.2 Penelitian Terdahulu  16

2.3 Kerangka konseptual 20

2.4 Hipotesis 20

BAB III METODE PENELITIAN

* 1. Desain Penelitian 21
  2. Waktu dan Tempat  21
  3. Jenis dan Sumber Data 21
  4. Populasi dan Sampel 22
  5. Teknik Pengumpulan Data 23
  6. Definisi Variabel dan Operasional 23
  7. Teknik Pengumpulan Data 25
  8. Proses Pengolahan Data 26
  9. Metode Ananlisa 26

3.9.1 Analisis deskriptif 26

3.9.2 Ananlisi Regresi Linier Berganda 27

3.9.3 Ananlisi Korelasi 27

3.10 Cara mengolah Data dan Teknik Pengujian Hipotesis 27

3.10.1 Cara Mengolah Data 27

3.10.2 Teknik Pengujian Hipotesis 28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

* 1. Gambaran Umum Objek Penelitian  31

4.1.1 Sejara berdirinya minimarket 31

4.1.2 Struktur organisasi 32

* 1. Deskripsi Hasil Penelitian 33

4.2.1 Karakteristik Responden 33

4.2.1.1  Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 33

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin 33

4.2.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden 34

4.2.2.1 Variabel Persepsi Harga (X1) 34

4.2.2.2 Variabel Kualitas Produk (X2) 34

4.2.2.3 Variabel Pelayanan (X3) 35

4.2.2.4 Variabel Kepuasan Konsumen 36

4.3 Uji Instrumen 36

4.3.1 Uji Validitas 36

4.3.2 Uji Reabilitas 38

4.4 Ananlisa Data 39

4.4.1 Regresi Linier Berganda 39

4.4.2 Koefisien Korelasi 40

4.5 Pengujian Hipotesis 41

4.5.1 Uji F 43

4.6 Pembahasan Temuan Hasil Peneitian 44

4.7 Implikasi Penelitian 45

4.8 Keterbatasan Penelitian 46

BAB V PENUTUP

* 1. Kesimpulan 47
  2. Saran 48

DAFTAR PUSTAKA 49

LAMPIRAN

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.2 KerangkaKonseptual  20

Gambar 4.1 Struktur organisasi 32

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 16

Tabel 4.1.Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 33

Tabel 4.2.Jenis Kelamin Responden 33

Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Persepsi harga (X1) 34

Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi jawaban Responden Kualitas Produk (X2) 34

Tabel 4.5.Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pelayanan (X3) 35

Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen (Y) 36

Tabel 4.7.HasilUji Validitas 37

Tabel 4.8.Hasil Uji Rehabilitas 38

Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 39

Tabel 4.10. Hasil Anisis Koefisien Korelasi 40

Tabel 4.11. Hasil Uji t 41

Tabel 4.12. Hasil Uji F 43

**DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1. Uji Intrumen

LAMPIRAN 2. Kuisioner Penelitian

LAMPIRAN 3. Tabulasi

LAMPIRAN 4. Hasil Turniti

LAMPIRAN 5. Surat Ijin Penelitian

LAMPIRAN 6. Kartu Bimbingan

.