

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO LAWANG AGUNG MALANG  
PUSAT KURMA DAN PUSAT OLEH-OLEH HAJI/UMROH**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Elvi Yuli Ariski

NPM. 21501081233



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2020**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara simultan atau parsial. Penelitian ini menggunakan 1000 untuk populasinya, dan mengurangnya dengan rumus Slovin menjadi 91. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan menggunakan SPSS versi 21.0 untuk menganalisis data. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan cara sensus, kemudian menggunakan teknik pengujian data seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda serta pengujian hipotesis.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan secara simultan kualitas layanan, kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

**Kata kunci: kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan**

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine and analyze the effect of service quality, product quality, and price on customer satisfaction simultaneously or partially. This study used 1000 for its population, and reduced it using the Slovin formula to 91. Data collection used a questionnaire and used SPSS version 21.0 to analyze the data. The sampling technique in this study is by census, then using data testing techniques such as validity test, reliability test, classic assumption test and multiple linear regression analysis and hypothesis testing.*

*The results obtained in this study are that service quality and product quality affect customer satisfaction, while price does not affect customer satisfaction. And simultaneously service quality, product quality and price can affect customer satisfaction*

***Keywords: service quality, product quality and customer satisfaction***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen

adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Lovelock dan Wirtz (2011:74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai citi atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Aspek yang perlu diperhatikan dalam produk adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual yang tidak dimiliki oleh produk pesaing (Nela,2012:5). Sehingga dapat dikatakan bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas bila penjual telah memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Lawang Agung merupakan retail terbesar dan terlengkap yang menjual barang-barang oleh-oleh haji dan umro, makanan khusus oleh-oleh haji dan umroh, *frozen food* dan lain-lain harus terus memantau untuk masalah kepuasan pelanggan karena kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan

perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang dirasakan/alami terhadap harapannya salah satunya adalah Lawang Agung Cabang Malang.

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011: 215) dalam bukunya *service, quality, dan satisfaction*, mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kualitas produk adalah warna dari produk tersebut, penampilan produk, tekstur dan rasa. Menurut (Yamit, 2004:22) kualitas layanan adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual. Layanan yang berkualitas adalah persepsi konsumen merasa puas saat terjadinya prosestransaksi. Adapun menurut Kotler, ( 2004:78) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada sebuah produk atau jasa atau sejumlah nilai yang konsumen pertukarkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk jasa yang dipertukarkan itu. Bagi konsumen harga harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau

tidak. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakannya lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Dari uraian diatas penulis mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lawang Agung Cabang Malang”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lawang Agung Cabang Malang?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lawang Agung Cabang Malang?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Lawang Agung Cabang Malang?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lawang Agung Cabang Malang?

### **1.3 Tujuan dan manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lawang Agung Cabang Malang.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lawang Agung Cabang Malang
3. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lawang Agung Cabang Malang
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lawang Agung Cabang Malang.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak terutama pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Memberikan sumbangan pemikiran terkait penelitian dibidang manajemen pemasaran pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga.
- b. Memberikan pemikiran kepada universitas.

#### 2. Manfaat praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu: Memberikan masukan kepada pihak perusahaan terkait permasalahan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan terhadap pelanggan lawang agung. Sampel dalam penelitian ini adalah 91 responden yang terpilih dan dilakukan penyebaran kuisioner. Metode analisi yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan aplikasi *SPSS V.21* . Berdasarkan hasil uji pada bab sebelumnya maka disimpulkan sebagai berikut :

- a. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- b. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- c. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- d. Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

## 5.2. Keterbatasan

Peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat keterbatasan dalam peneliti ini. Beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini diantaranya:

- a. Penelitian ini dilakukan terhadap responkonsumen Lawang Agung Malang.
- b. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan, Kualitas Produk dan harga terhadap kepuasan Pelanggan.

## 5.3 Saran

Dengan mempertimbangkan keterbatasan-keterbatasan yang ada hendaknya peneliti selanjutnya memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan untuk memperbaiki strategi harga agar dapat bersaing dengan tempat lain, meningkatkan kualitas produk dan membuat pengenalan lokasi untuk memudahkan pencarian lokasi.
- b. Hasil Distribusi jawaban responden menunjukkan bahwa dari segi harga masih belum maksimal karena beberapa responden belum puas dengan harga yang ditetapkan oleh Lawang Agung , selain itu diharapkan manajemen dapat memperluas lokasi untuk meningkatkan keberagaman produk yang dijual.

- c. Melakukan penambahan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di penelitian berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa Fiazisyah, Niken Purwidiani. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat Surabaya. [Http://Jurnalmahasiswa.Unesa.Ac.Id](http://Jurnalmahasiswa.Unesa.Ac.Id).
- Ari Setio. 2012. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. [journal.unnes.ac.id](http://journal.unnes.ac.id).
- Baum, Feigen. 2012. Kendali Mutu. Terpadu (alih bahasa). Jakarta: Erlangga.
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. 2011. Service, Quality and Satisfaction. (ed 3). Yogyakarta. Andi.
- Fandy, Tjiptono & Anastasia, Diana. (2010). Total Quality Management, Edisi Revisi, Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangg.
- Kotler, Philip (2004). Marketing Management, The Millenium Edition. Englewood. Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, Jessica Ordalia. PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CAFE ONE EIGHTEENTH COFFEE. *Vol 6, No 1 (2018): Agora, Jurnal Mahasiswa Manajemen Bisnis – Articles*.
- Malik, M.E., Ghafoor, M.M., Iqbal, H.K. 2012. Impact of Brand Image, Service Quality, and Price on Customer Satisfaction in Pakistan Telecommunication Sector. *International Journal of Business and Social Science*, 3(23).

Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat.

Sukmawati, Rina(2017) PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GARDEN CAFE KOPERASI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.S1 Thesis, Fakultas Ekonomi.

Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.

Yamit. Zulian. 2004. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta: Andi.