



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT. LITERASI NUSANTARA ABADI GRUP**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

WARAS WIDODO SAPUTRO

NPM. 21701081467



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PRODI MANAJEMEN**

2022

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner dan pengumpulan data sekunder menggunakan survey terhadap konsumen yang berkunjung di PT. Literasi Abadi Grup tercatat ada 71 konsumen sebagai populasi. menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh Harga secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price, service quality and product quality on customer satisfaction. Primary data collection using questionnaires and secondary data collection using a survey of consumers who visit PT. Abadi Literacy Group recorded 71 consumers as a population. using purposive sampling technique with criteria.

The results in this study indicate that there is a partial effect of price on customer satisfaction, service quality partially affects customer satisfaction, product quality partially affects customer satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, Product Quality and Customer Satisfaction



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis saat ini sangat menjanjikan banyak peluang dan tantangan bagi sebuah perusahaan. Perusahaan saling berlomba untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Suatu perusahaan harus dapat bersaing dengan perusahaan lainya agar perusahaan tersebut bisa bertahan dan di sisi lain perusahaan juga harus mengerti apa yang diinginkan oleh konsumen, sehingga konsumen akan merasa terpuaskan (Wulandari, 2018).

Pada hakekatnya konsumen merupakan faktor penting bagi berlangsungnya hidup perusahaan, karena sekarang ini konsumen sudah pintar dan cermat dalam mencari sebuah informasi atas produk maupun jasa, yang nantinya bisa bermanfaat memenuhi keinginan dan bisa memuaskannya. Persaingan yang begitu ketat dewasa ini menuntut perusahaan-perusahaan agar mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen sehingga dapat memenangkan pasar (Zamroni, 2016).

Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dapat mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran dan biaya bauran pemasaran (Zamroni, 2016).

Perusahaan dapat menciptakan produk yang diminati dan sesuai dengan keinginan konsumen. Tanpa strategi yang jitu, suatu perusahaan tidak akan bertahan, sebab para pesaing akan datang untuk menawarkan produk yang lebih baik untuk menyaingi produk pesaing tersebut dan akan merebut pangsa pasar dari perusahaan itu. Perusahaan yang cerdas berusaha untuk memahami proses keputusan pembelian konsumen secara penuh, semua pengalaman mereka dalam pembelajaran, memilih, menggunakan, atau bahkan menyingkirkan produk (Salman, 2018).

Dalam perkembangan suatu perusahaan, persoalan kualitas produk akan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Kepercayaan konsumen akan dimensi-dimensi ini seringkali mendasari persepsi akan kualitas suatu produk, yang mana pada gilirannya dapat mempengaruhi sikap dan perilaku terhadap suatu merek (Wulandari, 2018).

Harga juga merupakan salah satu faktor penting dalam perusahaan untuk mendapatkan laba. Setiap pelaku usaha berusaha menetapkan harga yang terjangkau agar dapat lebih unggul dari pesaingnya. Dengan adanya kebijakan harga dalam hal ini adalah potongan harga yang diberikan oleh perusahaan diharapkan penjualan akan dapat ditingkatkan. Agar perusahaan dapat menggunakan harga secara efektif, maka sebelum mengadakan kegiatan tersebut hendaknya diadakan suatu perencanaan yang baik dengan memperhatikan segala faktor yang berkaitan dengan promosi dan kebijakan harga sehingga apa yang dilaksanakan dapat berhasil dengan baik (Masnia, 2017).

Kualitas pelayanan merupakan faktor ke empat yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang baik. Kualitas pelayanan tersebut adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan juga harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Masnia, 2017).

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima (Nurrudin, 2021).

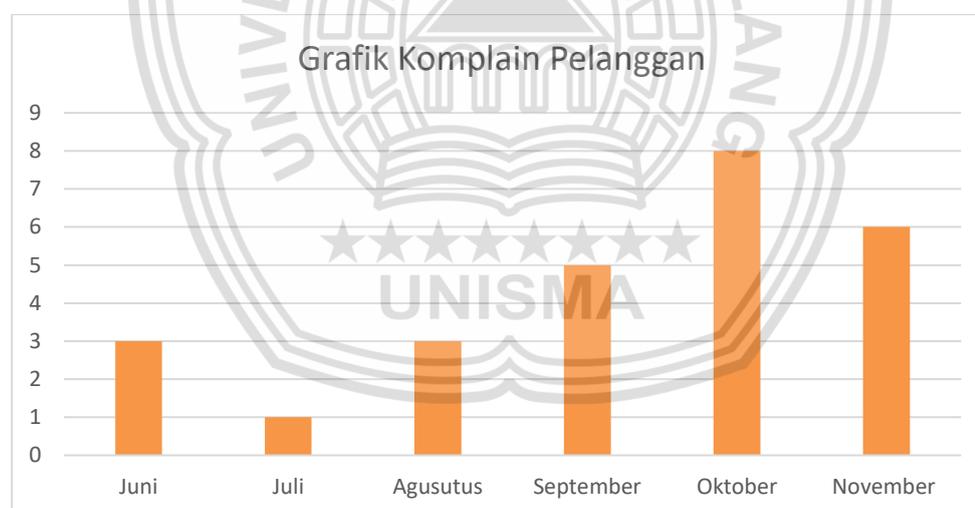
Peningkatan kualitas produk dirasakan sangat perlu dengan demikian produk perusahaan semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Apabila perusahaan dapat melakukannya maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen (Chandrika, 2018).

Dengan demikian kualitas produk harus didasarkan pada kehendak konsumen yang selanjutnya diterjemahkan dalam rancang bangun produksi, pelaksanaan proses produksi dan selanjutnya diproduksi. Kualitas produk suatu proses produksi harus dikendalikan sedemikian rupa agar produk yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan spesifikasi yang dikehendaki pelanggan juga bermanfaat menekan tingginya tingkat kepuasan produk yang terjadi (Chandrika, 2018).

Penting bagi perusahaan untuk berfokus pada kepuasan pelanggan agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Kepuasan adalah patokan untuk menilai sebuah kualitas produk dan layanan. Kepuasan pelanggan secara umum mengarah pada persepsi yang rumit, terkait dengan ekspektasi klien yang ditentukan baik dengan faktor kualitas objektif dan interaksi subjektif yang menentukan pengalaman pelanggan saat membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Zakaria, 2017).

Fenomena bisnis pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup terdapat suatu masalah mengenai ketidakpuasan pelanggan. Data yang ada menyebutkan tingkat komplain dari pelanggan yang dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Grafik Komplain Pelanggan



Sumber: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup, 2021

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 tersebut dapat diketahui bahwa prosentase tingkat komplain pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup, terdapat ketidakstabilan dalam setiap bulan yang diamati dalam enam bulan terakhir pada tahun 2021. Hal tersebut perlu di evaluasi karena data komplain tersebut

menunjukkan adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap perusahaan baik dari segi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan begitu perusahaan perlu mengatur strategi untuk meminimalisir komplain pelanggan dan selalu mengutamakan *best performance* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam mengatasi rendahnya tingkat kepuasan pelanggan maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan strategi meningkatkan kualitas pelayanan. Mengingat tingkat persaingan terus meningkat, maka pihak perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan termasuk peningkatan pelayanan, untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggannya atau calon pelanggan lain (Andalusi, 2018).

Beberapa literatur yang meneliti keputusan pembelian menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan menurut (Nurrudin, 2021), (Gofur, 2019), dan (Zakaria, 2017). Berdasarkan yang melatar belakangi, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Literasi Nusantara Abadi Grup”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup?

2. Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti dapat menentukan sebuah tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik dari segi praktis maupun segiteoritis sebagai berikut:

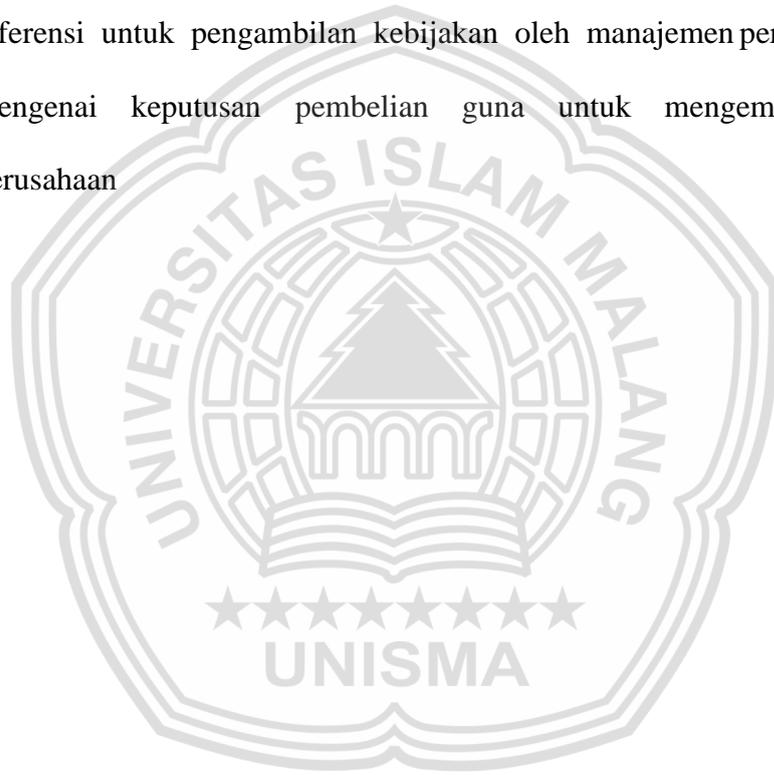
1. Manfaat Teoritis

Dapat memberi pengetahuan dan kontribusi pada pengembangan teori

terutama penerapan pengetahuan Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti ini diharapkan bisa memberikan masukan mengenai Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan.
- b. Bagi Pihak Perusahaan Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai keputusan pembelian guna untuk mengembangkan perusahaan



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti apakah variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.

Berdasarkan hasil pembahasan sebagai berikut :

1. Bahwa terdapat pengaruh signifikan secara Simultan antara variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. Hal tersebut dibuktikan dari hasil Uji F.
2. Variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil Uji t.
3. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. Hal tersebut dibuktikan dari hasil Uji t.
4. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. Hal tersebut dibuktikan dari hasil Uji t.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini yaitu

1. Jumlah sampel yang sedikit sedangkan Pelanggan yang pernah melakukan pembelian di PT. Literasi Nusantara Abadi Grup banyak, akan tetapi

karena tidak pasti berapa jumlah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.

2. Penelitian ini hanya menggunakan beberapa variabel saja yaitu : Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk sebagai variabel bebas dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat.

5.3 Saran

a. Bagi Pihak Terkait

Adapun jawaban terendah dari responden terkait item pertanyaan dari setiap variabel yang harus diperhatikan lagi oleh perusahaan :

1. Variabel Harga

“saya merasa pada Jasa PT. Literasi Nusantara Abadi Grup harganya terjangkau” . dengan rata-rata jawaban 3,97. Disarankan untuk pihak terkait agar harga yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

2. Variabel Kualitas Pelayanan

“Pt. Literasi Nusantara Abadi Grup tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan pada pelanggan”. Dengan rata-rata jawaban 3.96. Disarankan untuk pihak terkait agar pelayanan yang diberikan lebih ditingkatkan kembali, hal tersebut akan berpotensi terhadap minat beli pelanggan.

3. Variabel Kualitas Produk

“Saya merasa buku Penerbitan di Pt. Literasi Nusantara Abadi Grup sesuai standar dan kualitas yang ditawarkan” dengan jawaban rata-rata 4.08. Disarankan untuk pihak terkait lebih memperhatikan kualitas

produk yang diproduksi dengan selera yang konsumen inginkan agar lebih meningkatkan minat beli pelanggan.

4. Variabel Kepuasan Pelanggan

“Saya merasa hasil buku Penerbitan di PT. Literasi Nusantara Abadi Grup sangat memuaskan” dengan jawaban rata-rata 4.07. Disarankan untuk pihak terkait lebih memprioritaskan kepuasan pelanggan dengan selera yang diinginkan agar lebih meningkatkan minat pelanggan.

b. Harapan Bagi Peneliti selanjutnya

Untuk pihak-pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya dianjurkan agar :

1. Menambahkan variabel lagi yang berbeda pada penelitian berikutnya agar bisa memperkuat pendapat.
2. Dapat menambah item pertanyaan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi.
3. Bisa menambahkan jumlah responden dan populasi yang lebih banyak dalam penelitiannya agar memperoleh hasil yang lebih sempurna

DAFTAR PUSTAKA

- Andalusi, Ratih. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan instrumen penunjang laboratorium (studi kasus pada PT. Laborindo sarana Jakarta.*
- Andreas, C., dan Yuniati, T. (2016). *Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 5(5).*
- Basu, Swastha. (2017). *Azas-azas pemasaran.* Yogyakarta: Liberty
- Chandrika, Hendro. (2018). *Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen handphone merek iphone kota semarang.* Jurnal ilmiah fakultas ilmu social dan ilmu politik universitas diponegoro.
- Christy, Jacklin Gerung. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado* Jurnal EMBA Vol No .5
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*
- Gofur, Abdul. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 37-44.*
- Hesti, Ratnatiningrum. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Jenis Pertalite di Kota Yogyakarta* (Yogyakarta: Univesitas Sanatha Dharma).
- Kotler dan G. Chandra. (2016). *Sevice, Quality dan Satisfaction* Edisi 4. Andi Offset. Yogyakarta.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. (2017). *Manajemen pemasaran perspektif asia.*
- Kuncoro, Mudrajat. (2016). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi.* Erlangga. Jakarta
- Maria Kristiana dan Muhammad Edwar, (2017). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Herlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya.* Jurnal Pendidikan Tata Niaga. ISSN 2337- 6708Volume 01 Nomor 01 Tahun 2017.

- Maryati, F., dan Husda, N. E. (2020). *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel Di Kota Batam*, VIII(1), 19–26
- Masnia, Mahardi. (2017). *Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan opyik marlin cabang jember*.
- Nurrudin, Mahmud. (2021). *Pengaruh harga, kualitas Produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di transmart setia budi Semarang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna.
- Rahman, Achmad. (2019). *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Yudha Swalayan Jakarta. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Yudha Swalayan Jakarta*, 4(2), 1–8.
- Salman, Farisi. (2018). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu adidas pada mahasiswa universitas Muhammadiyah sumatera utara*. Jurnal ilmiah fakultas ekonomi universitas muhammadiyah sumatera utara.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D bisnis.
- Sulaeman, Ahmad. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cakrawala Citramega*. Jurnal KREATIF, 6(1), 125–145.
- Tamara, Cinta. (2016). *Analisis pengaruh produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian cetakan continuous form melalui kepercayaan merek*. Jurnal ilmiah fakultas ekonomika dan bisnis Universitas Diponegoro.
- Tjiptono, Fandy. (2016). Pemasaran strategik. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2017). Pemasaran jasa. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tresiya, D., Djunaidi, D., dan Subagyo, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri)*. JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, 1(2), 208.
- William, Liecardo. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Kesetiaan Pelanggan Fashion Cryspyduck Pada Toko Skate Element Medan (Medan : Universitas Sumatra Utara)*.

Wulandari, Risky Desty. (2018). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. Jurnal ilmiah fakultas bisnis institute teknologi dan bisnis kalbis, Jakarta, Indonesia.*

Zakaria, Gema. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Jurnal Madani Bandung.* Penerbit : CV. Alfabe

Zamroni, Afif. (2016). *Pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pepsodent pada konsumen indomaret plus di jalan m yamin samarinda. Jurnal ilmiah fakultas ilmu social dan ilmu politik universitas mulawarma*

