

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan konsumen yang akan membeli suatu barang. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah persepsi harga dan kualitas produk. Telah terjadi penurunan jumlah penjualan pada tahun 2019 . penurunan tersebut di akibatkan pesaing-pesaing baru yang memproduksi produk sejenis. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Responden berjumlah 100 dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probabilitas Sampling*. Teknik pengambilan data menggunakan Kuesioner dan dokumentasi serta dianalisis dengan menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan *software IBM SPSS Ver. 24*. Hasil dalam penelitian menunjukkan persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh secara persial dan simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Persepsi Harga , Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Purchasing decisions are consumers who will buy an item. Several factors that influence purchasing decisions are the perception of price and product quality. There has been a decrease in the number of sales in 2019. The decline is caused by new competitors who produce similar products. This study aims to determine the effect of perceived price and product quality on consumer satisfaction. The number of respondents was 100 and the sampling technique in this study used Non Probability Sampling. The data collection technique used questionnaires and documentation and analyzed using instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with the help of IBM SPSS Ver software. 24. The results of this research show that the perception of price and product quality has a partial and simultaneous effect on customer satisfaction.

Keywords : *Price Perception, Product Quality and Consumer Satisfaction*

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|----------------------------------|----------------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| MOTTO..... | vii |
| ABSTRAK..... | viii |
| ABSTRACT | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Pembatasan masalah..... | 7 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 7 |

BAB II TELAAH PUSTAKA

| | |
|---|----|
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 9 |
| 2.2 Landasan Teori | 12 |
| 2.2.1 Manajemen Pemasaran..... | 12 |
| 2.2.2 Persepsi Harga | 13 |
| 2.2.2.1 Pengertian Persepsi Harga | 13 |
| 2.2.2.2 Tujuan Penetapan Harga | 13 |
| 2.2.2.3 Metode Penetapan Harga | 15 |
| 2.2.2.4 Indikator..... | 18 |
| 2.2.3 kualitas produk..... | 18 |

| | |
|--|----|
| 2.2.3.1 Pengertian Kualitas Produk | 18 |
| 2.2.3.2 Tujuan Kualitas Produk | 19 |
| 2.2.3.3 Indikator Kualitas Produk | 22 |
| 2.2.4 keputusan pembelian..... | 23 |
| 2.2.4.1 Pengertian Keputusan pembelian | 23 |
| 2.2.4.2 Proses Keputusan Pembelian | 23 |
| 2.2.4.3 Indikator kepuasan Pembelian | 25 |
| 2.2.5 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian..... | 25 |
| 2.2.6 Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen..... | 26 |
| 2.3 Kerangka Konseptual | 26 |
| 2.4 Hipotesis..... | 27 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Rancangan Penelitian | 30 |
| 3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel | 31 |
| 3.2.1 Populasi..... | 31 |
| 3.2.2 Sampel..... | 31 |
| 3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel | 32 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 32 |
| 3.3.1 Jenis Data | 32 |
| 3.3.2 Sumber Data | 32 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| 3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data | 33 |
| 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| 3.4.3 Skala Pengukuran..... | 34 |
| 3.4.4 Lokasi dan Waktu Penelitian | 34 |
| 3.4.4.1 Lokasi Penelitian..... | 34 |
| 3.4.4.2 Waktu Penelitian..... | 34 |
| 3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel ... | 34 |

| | |
|--|----|
| 3.5.1. Variabel Penelitian | 34 |
| 3.5.2. Definisi Operasional Variabel | 35 |
| 3.5.2.1 Persepsi Harga | 35 |
| 3.5.2.2 Kualitas Produk | 36 |
| 3.5.2.3 Kepuasan Pembelian | 37 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 39 |
| 3.6.1 Uji Instrumen Penelitian | 39 |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik | 40 |
| 3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda | 41 |
| 3.6.4 Uji Hipotesis | 42 |
| 3.6.4.1 Uji Parsial t | 42 |
| 3.6.4.2 Uji Simultan F | 42 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1 Gambaran Umum | 43 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan | 43 |
| 4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian | 43 |
| 4.1.2.1 karakteristik berdasarkan responden | 43 |
| 4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian | 45 |
| 4.3 Analisis Data Penelitian | 47 |
| 4.3.1 Data Persiapan Analisis Regresi | 47 |
| 4.3.2 Uji Validitas | 50 |
| 4.3.3 Uji Reliabilitas | 53 |
| 4.3.4 Uji asumsi klasik | 56 |
| 4.4 Analisis regresi linier berganda | 59 |
| 4.4.1 Koefisien Determinasi (R^2) | 60 |
| 4.5 Pengujian hipotesis | 61 |
| 4.5.1 Uji t | 61 |
| 4.5.2 Uji F | 63 |
| 4.6 Pembahasan | 64 |
| 4.6.1 Persepsi Harga (X1) Berpengaruh Terhadap | |

| | |
|---|----|
| Variabel Kepuasan Konsumen (Y) | 64 |
| 4.6.2 Kualitas Produk (X2) Berpengaruh Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y) | 65 |
| 4.6.3 Persepsi Harga (X1) Dan Kualitas Produk (X2) Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pembelian (Y)..... | 66 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|-------------------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan Dan Saran..... | 69 |
| 5.1.1 Simpulan..... | 69 |
| 5.1.2 Saran..... | 69 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA | 71 |
|-----------------------------|-----------|

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|----------------|
| 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ... | 44 |
| 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 44 |
| 4.3 Distribusi Frekuensi Variable Persepsi Harga (X1) | 45 |
| 4.4 Distribusi Frekuensi Variable Kualitas Produk (X1) | 46 |
| 4.5 Distribusi Frekuensi Variable Keputusan Pembelian (Y) | 47 |
| 4.6 Data Persiapan Analisi Regresi..... | 47 |
| 4.7 Uji Validitas Persepsi Harga (X1) | 51 |
| 4.8 Uji Validitas Kualitas Produk (X2) | 52 |
| 4.9 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) | 53 |
| 4.10 Uji Reliabilitas Variable Persepsi Harga (X1)..... | 54 |
| 4.11 Uji Reliabilitas Variable Kualitas Produk (X2)..... | 55 |
| 4.12 Uji Reliabilitas Variable Keputusan Pembelian (Y)..... | 55 |
| 4.13 Uji Normalitas | 56 |
| 4.14 Uji Multikolonieritas | 57 |
| 4.15 Uji Autokorelasi | 58 |
| 4.16 Uji Regresi Linier Berganda | 59 |
| 4.17 Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 61 |
| 4.18 Uji Koefisien Korelasi..... | 61 |
| 4.19 Uji-t | 62 |
| 4.20 Uji-F | 63 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|-----------------------------------|----------------|
| 1.1 Gambar Batik Madura | 4 |
| 2.1 Kerangka Konseptual | 27 |
| 3.1 Rancangan Penelitian | 30 |
| 4.1 Uji Heteroskedastisitas | 58 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Beritas Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 3 : Lembar Persetujuan Skripsi
- Lampiran 4 : Surat Keterangan Izin Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 6 : Daftar Hadir Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 7 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 8 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 9 : Output Pengolahan Data SPSS