

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
CV. CAHAYA KONVEKSI KLATEN**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**Peminatan :**

**Manajemen Pemasaran**



Diajukan Oleh :

**HANDIKA PUTRA WIJAYA**

1921100080

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

**JULI 2023**



**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
CV. CAHAYA KONVEKSI KLATEN**

Diajukan oleh :

**Handika Putra Wijaya**

NIM : 1921100080

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
Skripsi Program Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi  
Universitas Widya Dharma Klaten  
Pada tanggal ..30 Juni 2023

**Pembimbing Utama**



**Dr. Hj. Anis Marjulah, S.E., M.M**

**NIK. 690 994 143**

**Pembimbing Pendamping**



**Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si**

**NIK. 690 301 250**

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Manajemen**



**H. Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd**

**NIK. 690 098 194**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
CV. CAHAYA KONVEKSI KLATEN**

Diajukan oleh :

**Handika Putra Wijaya**

**NIM : 1921100080**

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
Skripsi Program Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi  
Universitas Widya Dharma Klaten  
Pada tanggal . . 15. Juli 2023

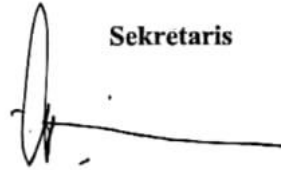
**Ketua**



**H. Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd.**

**NIK. 690 098 194**

**Sekretaris**



**Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc**

**NIK. 690 208 290**

**Penguji Utama**



**Dr. Hj. Anis Marjulah, S.E., M.M**

**NIK. 690 994 143**

**Penguji Pendamping**



**Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si**

**NIK. 690 301 250**

Disahkan oleh :



**Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si**

**NIK. 690 301 250**



## PERNYATAAN BEBASA PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : HANDIKA PUTRA WIJAYA

Nim : 1921100080

Jurusan/ Program Studi : EKONOMI MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CV. CAHAYA KONVEKSI KLATEN**

Adalah sebenar benarnya karya saya sendiri dan bebas dari plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan ijazah dan pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini

Klaten, 30 Juni 2023

Penulis



HANDIKA PUTRA WIJAYA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan rasa syukur akhirnya skripsi ini dapat saya selesaikan dan saya persembahkan kepada :

- Allah SWT atas rahmat dan karunianya yang sangat banyak selalu dilimpahkan kepada kami semuanya. Dan dengan petunjukNya lah kami bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
- Orangtua saya, ibu Triwahyuni yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi dan kesabaran dalam mendidik sampai sekarang ini. Semoga jerih payahnya mendapat ganti oleh Allah SWT dengan rezeki dan pahala yang berlipat ganda.
- Om saya, Sigit Rohmadi dan Bulik saya Suriwarajati, yang sudah mebantunya berupa moril maupun materil, untuk melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi seperti saat ini.
- Untuk seluruh keluarga saya baik kakak, adik dan orang-orang terdekat ku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
- Segenap dosen dan karyawan Universitas Widya Dharma Klaten yang telah memberikan pembelajaran sampai semester akhir ini.
- Untuk teman teman seperjuangan Manajemen Ekonomi 2019 yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu kalian luar biasa, sukses selalu kawan.

- Untuk Cv Cahaya Konveksi Klaten yang telah menyediakan tempat penelitian yang nyaman selama saya mengerjakan skripsi ini.



-Motto-

“Berguna bagi sesama adalah hal yang saya impikan”

“Selagi masih bisa diperbaiki kenapa harus di tinggalkan”

## KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CV. CAHAYA KONVEKSI KLATEN”**

Skripsi ini disusun dengan melengkapi persyaratan ujian akhir guna mendapat gelar sarjana strata ekonomi di Universitas Widya Dharma Klaten. terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari dorongan, bantuan, pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H Triyono, M.pd, selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten
2. Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten
3. H. Abdul Haris, S.E.,M.M.,M.,Pd selaku ketua jurusan Manajemen
4. Dr. Hj. Anis Marjukah, S.E., M.M selaku pembimbing utama yang senantiasa memberikan bimbingan secara detail dan sabar untuk penyelesaian skripsi
5. Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si selaku pembimbing pendamping yang juga telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. bimbingan selama ini.

6. Untuk semua Bapak/Ibu dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi, terutama dosen jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama ini.
7. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi khususnya Progdil Manajemen 2019
8. Ibu, Kakak, dan Keluarga besar yang telah memberikan support baik moril maupun materil
9. Teman-teman karyawan Cv Cahaya Konveksi Klaten
10. Dan semua pihak yang telah membantu dengan dukungan moril maupun materil dalam penulisan skripsi ini. Semoga kebaikan dan keikhlasan kalian semua dibalas oleh Allah dengan ganjaran yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa terdapat kesalahan dalam penulisan, penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca maupun peneliti dan menambah wawasan kedepannya.

Klaten, 30 Juni 2023

Penulis



HANDIKA PUTRA WIJAYA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIALISME .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Alasan Pemilihan Judul .....	8
C. Penegasan Judul .....	9
D. Pembatasan Masalah .....	10
E. Perumusan Masalah.....	10
F. Tujuan Penelitian.....	11
G. Manfaat Penelitian.....	12
H. Sistematika Penulisan.....	13

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
A. Landasan Teori.....	14
1. Pengertian Pemasaran .....	14
2. Konsep Pemasaran .....	15
3. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
4. Pengertian Kualitas Produk.....	18
5. Pengertian Harga.....	20
6. Pengertian Loyalitas Konsumen .....	21
B. Tabel Penelitian Terdahulu .....	23
C. Kerangka Konseptual Pemikiran.....	26
D. Hipotesis.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	28
B. Populasi, Sampel dan Tehnik Sampling.....	28
C. Tehnik dan Instrumen Penelitian .....	30
1. Tehnik Pengumpulan Data.....	30
2. Sumber Data.....	31
D. Metode Analisis Data.....	32
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	32
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	33
3. Analisis Korelasi .....	34
4. Uji Parsial t.....	34
5. Uji Statistik F .....	35
6. Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	36
E. Definisi Operasional.....	37

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
B. Identifikasi Responden.....	39
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	44
D. Uji Instrumen Penelitian .....	55
1. Uji Validitas .....	55
2. Uji Reliabilitas .....	56
E. Analisis Data .....	57
1. Analisis Regresi .....	57
2. Analisis Korelasi .....	60
3. Uji Parsial ( Uji t ).....	62
4. Uji Simultan ( Uji F ) .....	65
5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66
F. Pembahasan Hasil Penelitian .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	25
TABEL 3.1 Skor Jawaban Angket .....	31
TABEL 3.2 Definisi Operasional .....	37
TABEL 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
TABEL 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	41
TABEL 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
TABEL 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	43
TABEL 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Aspek Kualitas Pelayanan .....	45
TABEL 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Aspek Kualitas Produk.....	47
TABEL 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Aspek Harga.....	50
TABEL 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Aspek Kepuasan Konsumen .....	52
TABEL 4.9 Hasil Uji Validitas .....	55
TABEL 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	57
TABEL 4.11 Analisis Regresi .....	58
TABEL 4.12 Uji Koefisien Korelasi .....	61

TABEL 4.13 Hasil Uji t .....	63
TABEL 4.14 Hasil Uji F .....	65
TABEL 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 kerangka pemikiran .....	26
-------------------------------------	----

## **Daftar Lampiran**

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Tabulasi
- Lampiran 3 : Distribusi Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas, Reliabilitas dan Uji Regresi Linier
- Lampiran 5 : Analisis Korelasi
- Lampiran 6 : Uji Parsial t, Uji F dan Uji Determinasi
- Lampiran 7 : Foto Penelitian

## ABSTRAK

**HANDIKA PUTRA WIJAYA, NIM. 1921100080**, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Widya Dharma Klaten. Skripsi. **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CV.CAHAYA KONVEKSI KLATEN”**.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga yang menjadi komponen penting dalam perusahaan ini. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 responden. Variable dalam penelitian ini adalah variable bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), Kualitas produk (X2) dan harga (X3) serta variable terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, instrumen data menggunakan kuesioner.

Dari perhitungan dengan korelasi product moment diperoleh r hitung dari variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 0,002 dan nilai Signifikansi sebesar 0,982 lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) tidak berkorelasi terhadap kepuasan konsumen (Y). Diperoleh r hitung dari variabel Kualitas Produk yaitu sebesar 0,272 dan nilai signifikansi 0,06 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X2) memiliki korelasi yang lemah terhadap kepuasan konsumen (Y). Diperoleh r hitung dari variabel Harga yaitu sebesar 0,333 dan nilai signifikansinya 0,01 lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa harga (X3) memiliki korelasi yang sedang terhadap kepuasan konsumen (Y).

Keywords :*kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, kepuasan konsumen, Cv Cahaya Konveksi Klaten, pemasaran, manajeme*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seiring perkembangan zaman saat ini semakin banyak hal-hal baru bermunculan yang tidak lain terjadi pada sektor usaha, permasalahan perlu diperhatikan tidak hanya mengenai bagaimana usaha tersebut memproduksi produknya dan bagaimana cara memasarkan produk tersebut, namun juga yang tidak kalah pentingnya adalah bagaimana usaha tersebut dapat bertahan dan bersaing ditengah munculnya kompetitor dengan usaha yang sejenis. Perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang, hal ini dapat difokuskan pada kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam persaingan bisnis dan dapat memenangkannya. Pada era yang penuh dengan persaingan ini, hanya perusahaan berwawasan dan mampu memangku keinginan konsumen yang dapat bersaing dan unggul karena dianggap mampu memberikan nilai terbaik dibandingkan pesaing mereka. Bagi perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan, perusahaan tersebut akan terus mengamati harapan pelanggan tentang bagaimana kinerja perusahaan dan kepuasan pelanggan.

Pakaian merupakan kebutuhan primer bagi manusia, karena digunakan dalam setiap aktivitas yang dilakukan. Seiring dengan berkembangnya zaman pakaian sering mengalami perubahan terutama dalam segi desain yang makin beraneka ragam, hal tersebut sesuai dengan permintaan dan keinginan manusia untuk dapat mengikuti perubahan model pakaian yang ada. Untuk memudahkan para penjahit atau desainer dalam menemukan bahan baku tentunya memunculkan adanya toko konveksi. Toko konveksi hadir bertujuan memberikan kemudahan dalam menentukan bahan dan kualitas yang disesuaikan jenis pakaian yang diinginkan konsumen. Adanya toko konveksi sendiri diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi para desainer dan penjahit ketika akan menentukan bahan baku dari pakaian yang akan dihasilkan. Dalam sebuah toko konveksi tentunya terdapat berbagai macam jenis produk yang ditawarkannya diantaranya kaos, jaket, kancing, peles, benang jahit, benang obras, pita, busa, dll. Adanya berbagai macam produk tersebut tentunya konsumen perlu pengetahuan yang baik untuk dapat mengetahui kualitas, harga, dan fungsi dari produk yang disesuaikan pakaian yang akan dihasilkan. Kejelasan tentang kualitas produk berfungsi agar penjahit atau desainer mengetahui daya tahan dari produk baik dalam penggunaannya, jenis mutu barang juga dapat membantu menyesuaikan pakaian kegunaannya. Harga dari produk tersebut membantu agar para penjahit atau desainer mampu menentukan ongkos yang diberikan pada

konsumennya. Sehingga konsumen sangat membutuhkan layanan agar mereka dapat berkonsultasi untuk mendapatkan solusi yang baik dari pakaian yang akan dibuatnya, layanan tersebut dapat berupa saran dari membandingkan kualitas bahan satu dengan lain, menyesuaikan jenis pakaian dengan produk yang akan digunakan, ataupun menentukan bentuk yang sesuai dengan pakaian yang dibuatnya. Tolak ukur keberhasilan dalam perusahaan yang bergerak di bidang barang maupun jasa adalah banyak atau tidaknya konsumen yang menggunakan barang atau jasa tersebut . Apabila kinerja yang diberikan dapat memenuhi sesuai dengan keinginan konsumen maka kepuasan konsumen akan tercapai, dengan harapan dapat menimbulkan loyalitas pada konsumen tersebut. Ketika persaingan semakin ketat mempertimbangkan kebutuhan konsumen, keinginan dan kepuasan layanan adalah kunci keberhasilan suatu usaha ditengah persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memberikan produk yang bernilai dan memberikan kesan yang mendalam kepada konsumen dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang diberikannya.

Kualitas pelayanan adalah hal utama yang akan dirasakan oleh konsumen saat datang pada suatu perusahaan barang atau jasa, tentunya konsumen ingin jika pelayanan yang ada pada perusahaan yang mereka tuju mampu memberikan kepuasan yang sesuai dengan persepsi konsumen, dengan memberikan produk yang lebih baik, harga yang lebih kompotitif, proses cepat, dan pelayanan lainnya yang lebih baik dari

pesaingnya. Kualitas pelayanan adalah segala aspek yang berkaitan dengan sumber daya manusia dan dapat memberikan layanan terhadap segala bentuk kebutuhan yang diinginkan konsumen, Jasfar ( 2017 ). Ketika pelayanan telah mampu diterapkan secara baik tentunya konsumen akan memperhatikan kualitas dari produk yang ditawarkan, kualitas produk menjadi sebuah referensi bagi penjahit dan desainer untuk menentukan bahan dasar yang disesuaikan dengan pakaian yang dipesan oleh konsumennya. Kualitas yang ada pada sebuah produk konveksi sendiri beraneka ragam dari dimana produk kualitas 1 dan produk kualitas 2 tentunya memiliki kekuatan dan waktu penggunaan yang berbeda, sehingga konsumen harus memahami kualitas yang ada pada setiap bahan dasar yang digunakannya, karena bahan dasar dari pembuatan produk pakaian akan mempengaruhi ongkos ataupun penjualan pakaian yang dilakukan oleh penjahit ataupun desainer.

Kualitas pelayanan, kualitas produk juga mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan, Kotler dan Keller ( 2016:143 ). Produk memiliki arti yang sangat penting bagi perusahaan, karna jika tanpa produk perusahaan tidak akan dapat berjalan. Konsumen akan membeli suatu produk apabila produk tersebut sesuai dengan keinginan konsumen. Maka dari itu suatu produk harus sesuai dengan keinginan konsumen agar mendapatkan ruang tersendiri di hati para konsumen. Segala sesuatu jenis produk baik jasa

maupun barang dapat di tawarkan kepasar untuk mendapatkan suatu perhatian, agar di beli, di gunakan atau di konsumsi dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen tersebut. Sebuah toko konveksi tentunya memiliki berbagai macam jenis produk yang diperjual belikan, dari berbagai jenis tersebut tentunya memiliki kualitas, harga, dan fungsi yang berbeda. Adanya perbedaan yang ada pada setiap produk membuat para pengelola usaha dalam bentuk retail produk konveksi harus memberikan layanan yang jelas dan baik ketika menawarkan produknya kepada konsumen, sehingga konsumen juga dapat memahami kualitas produk secara baik serta mampu memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi konsumen ketika akan menentukan bahan dasar yang dibutuhkannya sebelum menjahit. Setelah konsumen memahami kualitas yang ada pada produk maka secara tidak langsung mereka akan menanyakan harga produk tersebut hal tersebut agar mereka dapat menentukan harga ongkos dari pembuatan pakaian mereka kepada konsumen.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan, banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa, Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto (2018:3). Harga juga salah satu faktor yang harus diselaraskan dengan target yang telah dibidik oleh perusahaan demi tercapainya target tersebut.



Keputusan mengenai harga akan berakibat pada beberapa aspek kegiatan yang ada di perusahaan, terutama aspek penjualan atau aspek keuntungan yang akan diambil para pelaku usaha. Selain itu juga dapat memperkuat daya saing dengan pelaku bisnis konveksi lainnya. Dalam berbisnis konveksi tentunya terdapat berbagai macam jenis barang, setiap produk memiliki harga yang berbeda-beda sesuai dengan kualitas yang ada pada produk tersebut. Para pelaku usaha harus benar-benar mempertimbangkan harga suatu produk secara tepat, karena penetapan harga yang tidak tepat akan berdampak pada tertarik atau tidaknya konsumen pada suatu produk. Penetapan harga jual tepat tidak selalu berorientasi bahwa harga harus memiliki nilai harga serendah mungkin. Sering kita jumpai jika beberapa perilaku konsumen jika melihat suatu yang bernilai rendah justru tidak menarik perhatian karena yang ada pada pikiran konsumen tersebut semua orang dapat memilikinya, kondisi seperti ini banyak terjadi pada orang-orang merasa menduduki status sosial yang lebih tinggi. Mereka lebih senang dan mempunyai kebanggaan tersendiri dari produk yang digunakan, dengan harga yang tinggi maka hanyalah orang-orang tertentu yang mampu membeli barang tersebut, oleh karena itu perhitungan suatu penetapan harga haruslah dipikirkan dengan baik-baik.

Kepuasan konsumen merupakan bukti keberhasilan produsen dalam menciptakan produk yang berkualitas dan bersaing di pasar, Purwanta (2016). Semakin terpenuhi harapan-harapan konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Kepuasan konsumen adalah bagaimana

konsumen memandang tentang keseluruhan dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga dari perusahaan, hal itu didapatkan karena perbandingan suatu produk perusahaan dengan produk perusahaan yang lainnya. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Keberadaan industri konveksi ini mendapat tempat tersendiri di masyarakat terutama pada kalangan usaha, sekolah dan sebagainya yang memerlukan media untuk menyampaikan informasi pada lingkungan sekitarnya. Pada kalangan usahawan mereka berharap agar dengan adanya media yang dapat memudahkan konsumen mereka datang dan memudahkan konsumen untuk mencari informasi mengenai usaha mereka.

Berikut data konveksi di sekitar Kabupaten Klaten antara lain :

No	Nama CV Konveksi	Alamat
1	Cahaya Konveksi Klaten	Kemit RT.02 / RW.03, Kwaren, Ngawen, Klaten
2	Obah-Obah Konveksi Klaten	Jl. MGR. Sugiyapranata Klaten Utara, Jetak Kidul, Karanganom. Kec. Klaten Utara, Kabupaten Klaten 57438
3	USK INDOPRINT	Griya Prima Utara No. 550, Griyaprima Timur, Belang Wetan. Kec Klaten Utara, Kabupaten Klaten
4	Konveksi KIKI	Sersan Sadikin / Jl. Km 1, Dukuh Sewan, Jl. Karangano, Dusun 2, Mayungan, Kec. Ngawen, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57438
5	MUZ29.56 KONVEKSI	Sumber Lor, Jombor, Kecamatan Ceper, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57465

Cahaya Konveksi Klaten saat ini banyak menghadapi persaingan yang ketat. Untuk menghadapi persaingan dimasa yang akan datang perlu selalu mengadakan evaluasi terhadap faktor-faktor bauran pemasaran khususnya kualitas pelayanan, produk, harga untuk meningkatkan penjualan sehingga dapat terus mengikuti keinginan konsumen dan bertahan dalam bersaing. Peneliti tertarik pada tiga variabel bebas (kualitas pelayanan, kualitas produk, harga) satu variabel terikat (kepuasan konsumen) yang diharapkan dapat menjadi tolak ukur sebagai sarana dalam peningkatan kinerja perusahaan. Bertolak dari keadaan tersebut penulis tertarik untuk menguraikan lebih jauh bagaimana keadaan tersebut dapat terjadi dan bagaimana menemukan solusi yang terbaik dalam mengatasi masalah tersebut sehingga penulis ingin mengangkat judul

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CV.  
CAHAYA KONVEKSI KLATEN”**

**B. Alasan Pemilihan Judul**

1. Alasan Subjektif

Tertarik meneliti di bidang pemasaran pada CV Cahaya Konveksi yang mencakup tentang Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada CV Cahaya Konveksi Klaten.

## 2. Alasan Objektif

Alasan objektif penulis mengambil judul ini adalah mengadakan penelitian, menambah wawasan dan pengetahuan tentang kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, produk, dan harga pada CV Cahaya Konveksi Klaten.

### **C. Penegasan Judul**

1. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Abdullah dan Tantri (2019).

## 2. Kualitas Produk

Kualitas Produk mengandung banyak definisi karena setiap individu pasti memiliki cara pandang yang berbeda-beda. Perspektif kualitas merupakan persepsi seorang konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa dengan maksud yang diharapkan. (Tjiptono, 2016:117).

## 3. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018:3).

#### 4. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah konsep yang paling menentukan dalam pemikiran pemasaran dan riset konsumen konsumen yang merasa puas dengan produk, jasa, atau merek, kemungkinan besar akan terus membelinya dan memberitahukan kepada yang lain perihal tersebut. Bila tidak puas, kemungkinan besar konsumen akan berganti produk atau merek dan mengadukan kepada produsen barang, pengecer, dan konsumen lain, Peter dan Olson (2016: 184).

#### **D. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah dibuat untuk mengerucutkan pokok-pokok masalah yang ditemukan peneliti pada identifikasi masalah agar tidak rancu dan tersamar dengan masalah lainnya. Penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen di pada CV Cahaya Konveksi Klaten.

#### **E. Perumusan Masalah**

Berdasarkan batasan-batasan masalah tersebut maka pokok permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen CV Cahaya Konveksi Klaten?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen CV Cahaya Konveksi Klaten?
3. Apakah harga berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen CV Cahaya Konveksi Klaten?

4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen CV Cahaya Konveksi Klaten?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh jawaban atas masalah yang diteliti oleh peneliti. Secara umum bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji suatu pendapat yang benar dan nyata pada objek yang diteliti. Namun secara spesifikasi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen CV Cahaya Konveksi Klaten
2. Untuk menguji pengaruh variabel kualitas dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen CV Cahaya Konveksi Klaten
3. Untuk menguji pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen CV Cahaya Konveksi Klaten
4. Untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen CV Cahaya Konveksi Klaten

## **G. Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi Peneliti

- a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada CV Cahaya Konveksi Klaten.
- b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan dalam dunia bisnis.

### 2. Bagi CV Cahaya Konveksi Klaten

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan pihak pengelola dalam kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada CV Cahaya Konveksi Klaten serta memberikan kontribusi pada pengembangan teori yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

### 3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini digunakan sebagai referensi untuk suatu penelitian dan tambahan pengetahuan serta memberikan masukan yang dapat digunakan sebagai bahan pembandingan bagi peneliti selanjutnya.

## **H. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan pustaka berisi tentang tinjauan pengertian kualitas pelayanan, kualitas produk, harga produk dan kepuasan konsumen.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi definisi oprasional dari kedua variabel, populasi dan sampel yang akan digunakan. Metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan diuraikan hasil dari penelitian yang dilakukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini memuat kesimpulan dari penelitian dan saran-saran yang berhubungan dengan masalah penelitian ini.



## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen cv cahaya konveksi Klaten maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dihasilkan persamaan sebagai berikut :  $Y = 20,645 + (-0,145)X_1 + 0,212X_2 + 0,297X_3$  menunjukkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif, kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen cv cahaya konveksi Klaten Klaten dengan variabel Harga yang lebih dominan.
2. Berdasarkan hasil Uji Korelasi diketahui bahwa terdapat variabel yang berkorelasi dan tidak berkorelasi. Karena r hitung/ person correlation tiap variabel berbeda beda berikut nilai r hitung dari variabel Kualitas Pelayanan sebesar = 0,002 dan nilai signifikansi 0,982 lebih besar dari 0,05 maka bisa diartikan kualitas pelayanan (X1) tidak berkorelasi terhadap loyalitas konsumen (Y). R hitung dari variabel Kualitas Produk sebesar = 0,272 dan nilai signifikansi 0,006 lebih kecil dari 0,05, maka kualitas produk (X2) memiliki korelasi yang lemah terhadap loyalitas konsumen (Y). r hitung dari variabel Harga sebesar

0,333 nilai signifikansi 0,01 lebih kecil dari 0,05, maka harga (X3) memiliki korelasi yang sedang terhadap loyalitas konsumen (Y).

3. Berdasarkan hasil Uji t diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara sendiri-sendiri antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen cv cahaya konveksi klaten. Karena t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar = (- 1,279) yang kurang dari t tabel, sedangkan t hitung variabel kualitas produk sebesar = 1,655 , variabel Harga sebesar = 2,625 memiliki T hitung lebih dari T tabel yaitu = 1,984
4. Berdasarkan hasil pengujian uji f diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Cv Cahaya Konveksi Klaten secara simultan karena nilai F hitung = 5,338 > F tabel = 2,699
5. Dari hasil perhitungan koefisien determinan digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap perubahan variabel kepuasan konsumen dan besarnya pengaruh variabel terikat dalam penelitian ini adalah 11,6% sedangkan sisanya yaitu 88% dipengaruhi variabel lain yang belum diteliti.
6. Harga memiliki nilai tertinggi pada uji regresi linier, uji korelasi dan uji t maka dapat disimpulkan bahwa harga produklah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di susul oleh kualitas

produk yang menurut peneliti berpengaruh juga terhadap kepuasan konsumen CV Cahaya Konveksi Klaten.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga kepuasan konsumen CV Cahaya Konveksi Klaten. maka peneliti memberikan saran yaitu sebagai berikut :

1. Dalam berbisnis harus mempunyai konsep untuk menarik konsumen, sehingga banyak konsumen yang akan datang ke perusahaan/tempat usaha itu sendiri, dan mengingat bahwa pembeli adalah raja sehingga karyawan sebaiknya harus ramah dan cekatan pada setiap konsumen atau pembeli yang berdatangan sehingga akan terciptanya kepuasan konsumen yang baik.
2. Kualitas pelayanan yang ada di kepuasan konsumen CV Cahaya Konveksi Klaten sudah baik. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan para karyawan Cv Cahaya Konveksi lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan bagi para konsumen yang datang berkunjung. Dari segi kualitas produk yang digunakan menurut peneliti sudah cukup memuaskan bagi para konsumen karena menggunakan bahan baku yang terjamin kualitasnya. Selanjutnya dari segi harga di cv cahaya konveksi termasuk standar bagi para konsumen yang datang, para konsumen tidak mengeluh dengan harga yang sudah ditetapkan karena para konsumen mendapatkan timbal balik juga dari cv cahaya

konveksi dengan produk yang maksimal kualitasnya dan kualitas produk yang cv cahaya konveksi jual, itu semua semata-mata untuk meningkatkan dan menjaga kepuasan konsumen agar para konsumen merasa senang dan tidak beralih ke tempat lain.

3. Bagi para peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam diharapkan untuk menambah variabel dan jumlah responden tentang penelitian yang sama. Diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu upaya informasi dan dapat berguna bagi penelitian selanjutnya.
4. Harga memiliki memiliki peranan yang penting untuk menarik minat para pembeli. Harga yang terjangkau akan tetapi tidak mengubah kualitas produk dan pelayananlah yang dicari para konsumen. Untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen disarankan untuk mengadakan *gift away*, memberikan *discount* untuk produk yang dijual serta menciptakan inovasi-inovasi baru yang belum dimiliki para pesaing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Aditya. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Produk, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Makan Soto Kwali Pak Suryo Klaten. *Diss.* Universitas Widya Dharma, 2019.
- Daniel Iman K dan Zainul Arifin. 2015. Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap Kesadaran Konsumen pada Produk Internasional, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Volume 24 No. 1, Juli 2015.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hana, Fitri Hastuti. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Bauran Promosi, Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Cv. Gema Nusa. *Diss.* Universitas Widya Dharma, 2017.
- Iriyanti, Emik, Nurul Qomariah dan Akhmad Suharto. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, Universitas Muhammadiyah Jember*. Vol 2.No. 1 Juni 2016.
- Irfan, Muhammad, and Tengku Syarifah. "Pengaruh Store Atmosphere, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Nada Resto Kisaran Kabupaten Asahan." *Jurnal Sains Ekonomi (JSE)* 2.2 (2021): 57-66.
- Jasfar, Farid. 2017. *Manajemen Barang dan Jasa : Pendekatan Terpadu*. Edisi Keempat, Bogor : Ghalia Indonesia
- Kotler dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management. Pearson Pretice Hall. New Jersey*.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall. 12th edition*. England: Pearson Education, Inc
- Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lovelock, Christopher H. Dan Wright, Lauren K.. 2002. "*Principles of Service Marketing and Management*". Prentice Hall Inc., Upper Saddle River,

- New Jersey Location of Companies To Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty. *International Review of Management and Marketing*, 9(6), 38–43. <https://doi.org/10.32479/irmm.8736>
- Lie, D., Sudirman, A., Efendi, E., & Butarbutar, M. (2019). *Analysis of mediation effect of consumer satisfaction on the effect of service quality, price and consumer trust on* 8(8), 412-428.
- Putra, Edo Imanda, and Prijati Prijati. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 10.1 (2021)
- Purwanto, Iwan. 2016. *Manajemen Strategi*. Edisi Pertama, Bandung: Yrama Widya
- Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry. 1993. *“Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectation”*. New York: Free Press
- Risnawati, H., Sumarga, H. E., & Purwanto, S. 2019. The Effect Of Service Quality Prices And Location Of Companies To Customer Satisfaction Implications On Customer Loyalty. *International Review of Management and Marketing*, 9(6), 38.
- Stanton, William J. 1996, *Prinsip Pemasaran*, jilid I (edisi ketujuh). Jakarta, Erlangga
- Saptutyningsih, Endah & Esty setyaningrum. 2020. *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat*. Sleman: Gosyen publishing
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Widodo, T. (2016). *Pengaruh Brand Image, Atribut Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kulon Progo*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Xue, J., Rasool, Z., Khan, M. A., Khan, A. I., Khan, F., Khan, A. A., ... & Ali, H. (2021). *The Influence of Substituting Prices, Product Returns, and Service Quality on Repurchase Intention. Complexity*, 2021.

