

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PT. REGAR SPORT WONOGIRI**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Peminatan :

Manajemen Pemasaran



Disusun oleh :

LIVI YUVITA PRASETYANI

NIM. 1921100035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA**

KLATEN

JULI 2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PT. REGAR SPORT WONOGIRI**

Diajukan Oleh :

**LIVI YUVITA PRASETYANI
NIM 1921100035**


Telah disetujui pembimbing untuk mempertahankan di hadapan Dewan Penguji

Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi

Universitas Widya Dharma Klaten

Pada tanggal...12 Juli 2023

Pembimbing Utama



Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si
NIK 690 301 250

Pembimbing Pendamping



Dr. Hj. Anis Marjulah, S.E., MM.
NIK 690 994 143

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



H. Abdul Haris, S.E., MM., M.Pd
NIK 690 098 194

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PT. REGAR SPORT WONOGIRI**

Diajukan Oleh :

LIVI YUVITA PRASETYANI
NIM. 1921100035

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan Diterima Sebagai
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Tanggal. 24 Juli 2023

Ketua



H. Abdul Haris, S.E.,MM.Pd
NIK 690 098 194

Sekretaris



Dr. H. Abdul Hadi, S.E.,M.Si
NIK 690 498 200

Pembimbing Utama



Dr. H. Arif Julianto SN. S.E.,M.Si
NIK 690 301 250

Pembimbing Pendamping



Dr. Hj. Anis Marjulah, S.E.,MM.
NIK 690 994 143

Disahkan Oleh:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Psikologi



Dr. H. Arif Julianto SN. S.E.,M.Si
NIK 690 301 250

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : LIVI YUVITA PRASETYANI
NIM : 1921100035
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI & PSIKOLOGI

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi judul

“PENGARUH

KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA

TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

PT. REGAR SPORT WONOGIRI”

Adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataannya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan ijazah dan pencabutan gelar sarjana yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, Juli 2023

Penulis



Livi Yuvita Prasetyani

MOTTO

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa” - Ridwan Kamil

*“Man Jadda Wajada, Man Shabara Zhafira, Man Saara Ala darbi Warsala”
(Siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil, siapa yang sabar akan beruntung,
siapa yang berjalan di jalan-Nya akan sampai di tujuan)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahan kepada Rasulillah Muhammad SAW, yang menjadi sari tauladan bagi umat Islam. Semoga kita diistiqomahkan dalam menjalankan Sunnah-sunnah beliau, Amin.

Penulis persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang senantiasa memberi semangat, membantu dan mendukung dalam proses meraih gelar Sarjana Manajemen, diantaranya:

1. Bapak Wahyudi, Ibu Sukini, Adek Sherlina Hesti Maharani, dan keluarga besar atas segala doa, nasihat, motivasi, dan semangat serta dorongan yang tiada hentinya.
2. Untuk Mas Ardianto Riski Saputro yang telah memberi doa, dukungan, semangat, dan motivasi yang besar untuk penulis.
3. Untuk sahabatku Mifta yang telah memberi semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dr. H. Arif Julianto SN, SE,M.Si selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu serta dengan sabar dan ikhlas memberikan masukan, bimbingan, serta arahan dalam menyusun skripsi ini.
5. Ibu Dr. Hj. Anis Marjukah, SE,MM. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu serta dengan sabar dan ikhlas memberikan masukan bimbingan serta arahan dalam menyusun skripsi ini.

6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Psikologi yang telah memberikan banyak ilmu dan pelayanan yang baik selama penulis menempuh pendidikan.
7. Keluarga besar Universitas Widya Dharma Klaten, khususnya teman-teman seperjuangan kami di Jurusan Manajemen atas semua dukungan, semangat serta kerjasamanya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Allah SWT yang telah melimpahkan karunia serta berkat-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Regar Sport Wonogiri “. Skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat ujian akhir guna mendapat gelar sarjana strata satu ekonomi di Universitas Widya Dharma Klaten. terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari motivasi, bantuan, pengarahan serta bimbingan dari berbagai pihak.

Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Allah SWT atas segala limpahan karunia, kenikmatan yang tiada tara, kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof Dr. H. Triyono, M.Pd, Selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Bapak Dr. H. Arif Julianto SN,S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten dan sekaligus pembimbing utama, atas segala ijin dan dukungannya.
4. Bapak H. Abdul Haris, S.E, MM.,M.Pd selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten.
5. Ibu Dr. Hj. Anis Marjukah, S.E.MM. selaku pembimbing pendamping yang telah memberikan arahan serta bimbingan bagi penulis.
6. Rekan-rekan mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bias disebutkan satu-persatu.

Semoga menjadi amal kebaikan Saudara dan Tuhan Allah SWT membalas dengan kenikmatan yang berlipat ganda. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Dan diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun peneliti lain yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

Klaten, Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Alasan Pemilihan Judul	6
1.3 Pengesahan Judul.....	7
1.4 Pembatasan Masalah.....	8
1.5 Perumusan Masalah	8
1.6 Tujuan Penelitian	8
1.7 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.2 Kualitas Produk.....	11
2.3 Kualitas Pelayanan.....	14
2.4 Harga.....	17
2.5 Kepuasan Pelanggan	21
2.6 Penelitian Terdahulu	26
2.7 Rerangka Berfikir.....	27
2.8 Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Variabel Penelitian.....	29
3.2 Jenis Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	30
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5 Skala Pengukuran.....	35
3.6 Sumber Data.....	36
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.8 Uji Instrumen Penelitian.....	38
3.9 Teknik Analisis Data.....	39
3.10 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	44
3.11 Sistematika Penulisan Penelitian.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Deskripsi Data Responden.....	50
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4.3 Instrumen Penelitian.....	57
4.4 Analisis Data.....	61
4.4.1 Pengujian Regresi.....	61
4.4.2 Pengujian t.....	64
4.4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data Uji t.....	65
4.4.4 Uji F.....	70
4.4.5 Uji Koefisien Determinasi.....	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	41
Gambar 3.2. Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 pada F tabel.....	42
Gambar 3.3. Struktur Organisasi	47

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Usia Responden	50
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.3. Pekerjaan Responden	52
Tabel 4.4. Penghasilan Per Bulan	52
Tabel 4.5. Deskripsi Jawaban Responden mengenai Kualitas Produk	54
Tabel 4.6. Deskripsi Jawaban Responden mengenai Kualitas Pelayanan	55
Tabel 4.7. Deskripsi Jawaban Responden mengenai Harga	56
Tabel 4.8. Deskripsi Jawaban Responden mengenai Kepuasan Pelanggan	57
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.11 Hasil Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.12 Hasil Uji t	64
Tabel 4.13 Hasil Uji F	70
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi	71

ABSTRAK

Livi Yuvita Prasetyani, NIM 1921100035, Skripsi, Jurusan Manajemen, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Regar Sport Wonogiri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Regar Sport Wonogiri.

Populasi dalam penelitian ini ada 2.600 pelanggan PT. Regar Sport. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 96 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Data diolah menggunakan SPSS meliputi uji instrumen dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Keyword : kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Era perdagangan setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing. 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 kepuasan pelanggan dalam usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan 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. Dalam dunia perusahaan dituntut untuk mempunyai sarana informasi yang bisa menunjang kegiatan bisnisnya, terutama dalam bidang pemasaran perkembangan teknologi sangat dibutuhkan agar produk yang dipasarkan tetap dikenal konsumen sehingga konsumen puas dengan produk perusahaan.

Peningkatan dari kualitas produk saat ini sangat hangat untuk diperbincangkan karena kualitas produk yang baik akan bisa bertahan dalam menghadapi persaingan. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan mempertahankan pelanggan yang ada, karena mencari pelanggan yang baru membutuhkan biaya yang lebih besar dari pada mempertahankan pelanggan yang ada. Dalam merebut konsumen diperlukan penetapan harga yang tepat serta manajemen yang baik sehingga mampu menghadapi setiap persaingan dalam dunia usaha. Dalam dunia usaha pasti ada yang namanya persaingan untuk mendapatkan pelanggan yang setia terhadap produk yang kita buat. Perusahaan harus dapat mempertahankan kualitas yang dimilikinya agar pelanggan atau konsumen tidak beralih ke produk atau merek yang lain dengan memperhatikan Konsep bauran pemasaran yang terdiri dari 4P, yakni Produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) (Darmawan & Wayan, 2017).

Produk yang memiliki kualitas baik tentunya produk yang dicari oleh konsumen, karena terpenuhinya kepuasan apabila menggunakan produk tersebut merupakan hal yang sangat diinginkan oleh konsumen, bahkan konsumen tidak ragu mengeluarkan biaya yang lebih besar agar dapat memenuhi kepuasannya. Konsumen tidak hanya membeli produk yang sekedar memuaskan kebutuhan (*need*), tetapi juga bertujuan memuaskan keinginan.

Kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan

akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya.

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang. Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual sehingga pelanggan membeli barang lebih banyak.

Harga merupakan faktor penting yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, salah satu tolak ukur mencapai kepuasan konsumen yaitu harga, hal ini dikarenakan harga menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu produk, harga yang terjangkau dan diimbangi kualitas yang baik akan memberikan kepuasan konsumen. Harga produk diharapkan bisa membuat calon pelanggan menggunakan suatu produk perusahaan dan meninggalkan produk pesaing yang sejenis.

Konsumen menilai harga bukan hanya dari segi murah atau mahal sebuah harga tersebut, pada saat ini konsumen juga memandang dan menilai sebuah harga dari segi manfaatnya (Darmawan & Grenier, 2021).

Menurut Kotler dan Armstrong (2022) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Secara sederhana istilah harga dapat diartikan “sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa”(Crapten & Munawaroh, 2021).

Harga didefinisikan oleh Işoraitè (2016) sebagai bagian dari bauran pemasar yang memiliki karakteristik khusus yaitu menghasilkan pendapatan, sebagai aspek kepuasan dan loyalitas pelanggan yang paling penting. Apabila harga suatu produk lebih tinggi dari harga rata-rata produk lain maka perbedaan ini dapat mempengaruhi jumlah permintaan, sementara harga yang lebih rendah dari rata-rata dapat berdampak baik karena kecenderungan konsumen pada harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama. Akan tetapi sebaliknya apabila harga terlampau murah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagian konsumen berpendapat bahwa kualitasnya buruk. Oleh sebab itu, penentuan harga yang tepat terhadap suatu produk akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan bagi perusahaan, karena dari kepuasan pelanggan tersebut berarti perusahaan telah berhasil dalam menjual produk dan jasanya kepada pelanggan sehingga akan meningkatkan pada sumber pendapatan masa depan. Kepuasan pelanggan juga menjadi salah satu strategi pertahanan yang paling baik bagi perusahaan untuk

melawan para pesaing bisnisnya. Perusahaan yang berhasil memberikan rasa puas untuk para pelanggannya, akan memperoleh keunggulan dari para pesaingnya.

Pelanggan akan merasa puas jika semua harapannya dapat terpenuhi oleh perusahaan, harapan itu antara lain pikiran pelanggan tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengkonsumsi produk atau jasa tersebut. Selain itu, kepuasan pelanggan juga menjadi sebuah tolak ukur perusahaan untuk bagaimana kedepannya adakah yang harus dirubah, dipertahankan ataupun diperbaiki karena pelanggan merasa puas atau merasa dirugikan. Jika pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan bisa saja pelanggan tersebut mengeluhkan ke pelanggan lainnya sehingga hal ini menjadi ancaman bagi perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat dasar perasaan konsumen dari suatu pelayanan ataupun kualitas produk yang telah didapatkan dengan membandingkan antara apa yang diterima dan harapan yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan konsumen (Irwansyah & Mappadeceng, 2018).

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan perusahaan yang akan berdampak pada tingkat penjualan. Ketika konsumen merasa puas maka kemungkinannya pelanggan akan bertahan dengan produk yang dipasarkan dan akan menciptakan loyalitas konsumen. Ketika konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang diperoleh oleh konsumen maka konsumen akan cenderung melakukan pembelian ulang yang menimbulkan loyalitas konsumen (Thungasal & Siagian, 2019).

PT. Regar Sport Wonogiri dengan embrio sebagai reseller produk-produk olahraga. Perusahaan ini bergerak pada usaha konveksi sandang dengan fokus penyediaan produk jersey olahraga dari beberapa unit olahraga. Model bisnis jersey dengan brand Regar Sport yang di kembangkan oleh ownernya sendiri yaitu Bapak Jumariyanto asal Wonogiri, kini menjadi primadona di kalangan pecinta olahraga. Model bisnisnya yang berjaringan dengan tagline: Pabriknya Satu Pemiliknya Banyak.

PT. Regar Sport Wonogiri pada tahun 2012, dikenal sebagai perusahaan yang bergerak di bidang customize pakaian olahraga dengan system penjualan 100 persen berbasis online. Beralamatkan Jl. MT. Haryono No. 22 RT.01/RW.03, Wonokarto, Wonokarto Tengah, Wonokarto, Kec. Wonogiri, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah 57611.

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. REGAR SPORT WONOGIRI”.

1.2 Alasan Pemilihan Judul

1. Alasan Subjektif
 - a. Mengetahui secara detail tentang perusahaan.
 - b. Kualitas Produk dan Pelayanannya sangat memuaskan pelanggan.
2. Alasan Objektif
 - a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan.
 - b. Untuk mengetahui pentingnya kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

1.3 Pengesahan Judul

Sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu peneliti harus mengetahui maksud dan arti penelitian. Dengan mengetahui konsep penelitian diharapkan tidak terjadi kekeliruan dalam pemecahan masalah. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

3. Harga

Harga pada suatu produk yang dilakukan oleh perusahaan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dikarenakan dengan tingkat harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk.

4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan elemen penting yang mencerminkan keberhasilan dari produsen ataupun penyedia jasa.

1.4 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini perlu adanya pembatasan masalah supaya penulis menjadi terarah dan mudah dimengerti. Adapun ruang lingkup penelitian ini hanya dibatasi mengenai masalah Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Regar Sport Wonogiri.

1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan Batasan Masalah tersebut maka pokok permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Regar Sport Wonogiri?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Regar Sport Wonogiri?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Regar Sport Wonogiri?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Regar Sport Wonogiri?

1.6 Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji sesuatu pendapat yang benar dan nyata pada objek yang diteliti. Namun secara spesifikasi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Regar Sport Wonogiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Regar Sport Wonogiri.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Regar Sport Wonogiri.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Regar Sport Wonogiri.

1.7 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dengan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) **Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan pemikiran bagi para akademisi untuk lebih memahami faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan penelitian ini dapat dijadikan salah satu referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b) **Manfaat Praktis**

1. **Bagi peneliti**

Menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas kepada peneliti mengenai masalah yang diteliti, serta dapat memberikan

kesempatan kepada peneliti untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari semasa perkuliahan kedalam permasalahan nyata yang dihadapi perusahaan dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang sudah ada dengan kenyataan yang sebenarnya.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bagi mahasiswa/mahasiswi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi perguruan tinggi, terutama untuk mahasiswa jurusan manajemen khususnya manajemen pemasaran.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Regar Sport Wonogiri.

Dari hasil dan analisis data serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dihasilkan persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = -0,057 + 0,081 X_1 + 0,871X_2 + 0,073 X_3$.

Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat diartikan sebagai berikut:

- a. $a = -0,057$

Konstanta $-0,057$ berarti apabila tanpa ada variabel X_1 (kualitas produk), X_2 (kualitas pelayanan), X_3 (harga) kepuasan pelanggan turun $0,057$ satuan kepuasan pelanggan.

- b. $b_1 = 0,081$

Berarti variabel kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar $0,081$ satuan kualitas produk atau berpengaruh positif, yang artinya jika kualitas produk ditingkatkan 1 satuan saja maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar $0,081$ satuan kepuasan pelanggan. Sebaliknya jika kualitas produk diturunkan 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan menurun sebesar $0,081$ satuan

kepuasan pelanggan. Dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap sama dengan nol.

c. $b_2 = 0,871$

Berarti variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,871 satuan kualitas pelayanan atau berpengaruh positif, jika kualitas pelayanan meningkat 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,871 satuan. Sebaliknya jika kualitas pelayanan diturunkan 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan menurun sebesar 0,871 satuan kepuasan pelanggan. Dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap sama dengan nol.

d. $b_3 = 0,073$

Berarti variabel harga mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,073 satuan harga atau berpengaruh positif, jika harga meningkat 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,073 satuan. Sebaliknya jika harga diturunkan 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan menurun sebesar 0,073 satuan kepuasan pelanggan. Dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap sama dengan nol.

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

2. Dari hasil uji t dengan SPSS diperoleh nilai t hitung untuk $X_1 = 0,555$, $X_2 = 5,869$ dan $X_3 = 2,278$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut berada di

bawah taraf 5%. Untuk X_1 , t hitung sebesar $0,555 < t$ tabel sebesar 1,980 sehingga hipotesis ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Untuk X_2 , t hitung sebesar 5,869 $> t$ tabel sebesar 1,980 sehingga hipotesis dapat diterima yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Untuk X_3 , t hitung sebesar $2,278 > t$ tabel sebesar 1,980 sehingga hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

3. Dari perhitungan uji F didapatkan F hitung sebesar $307,756 > F$ table 2,29 dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa koefisien determinasi ($\text{adjusted } R^2$) yang diperoleh sebesar 0,906 Hal ini berarti 90,60% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga. Sedangkan sisanya yaitu 9,40% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, untuk itu perlu dilakukan peningkatan kualitas pelayanan karena konsumen mencari

perusahaan yang mampu memahami serta memenuhi kebutuhan juga harapan konsumen dan perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang lebih baik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, untuk itu perlu diperhatikan dalam penetapan harga. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian oleh perusahaan. Harga sesuai benefit / manfaat untuk mendapatkan sesuatu yang bermanfaat, Harga sesuai dengan kualitas yang baik dan layanan yang baik dan harga yang wajar. Harga sesuai nilai tambah melampirkan fitur dan layanan nilai lebih dan Harga sesuai dengan strategi pesaing dan persaingan harga.

Sedangkan variabel kualitas produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap konsumen. Kualitas produk sangat penting bagi perusahaan tanpa adanya kualitas, karena produk perusahaan tidak dapat meningkatkan hasil yang dicapai serta kehilangan kepercayaan terhadap konsumen sehingga konsumen tidak ada keinginan membeli kembali produk dari perusahaan tersebut. Karena pada dasarnya konsumen tidak sekedar membeli produk tetapi juga melihat manfaat dan kelebihan apakah produk tersebut bisa digunakan atau dikonsumsi dalam waktu yang lama.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat terus mengembangkan penelitian ini. Dalam penelitian ini disarankan untuk menambahkan variabel independen lainnya selain variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan

konsumen dan menambah jumlah responden agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lainnya yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A., Komara, A. T., Roslina, N. Y., & Jatmika, L. (2021). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen”. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104–114. <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>
- Aditya et al. 2020. Pengaruh inflasi terhadap kurs rupiah: pendekatan *vector error correction* model. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM)* 5(4)
- Al Rasyid, H., & Tri Indah, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspetif*, 16(1), 39-49.
- Aliyah, H. Al, & Istiyanto, B. (2022). “Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman Noni Juice Boyolali Saat Pandemi Service Quality, Product Quality, Price and Brand Image on Customer Satisfaction of Boyolali Noni Juice Drinks During a Pan”. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9.
- Andi Riyanto. (2018). Implikasi Kualitas Pelayanan. *Ecodemica*, 2(1).
- Anggraeni, Reni, Evanita, Susi, & Sofya, Rani. (2018). “Pengaruh Endorser, Harga Dan Kualiatas Produk Terhadap Perilaku Peralihan Merek (Brand Switching) Bedak Padat Maybelline Di Kota Padang”. *Jurnal Ecogen*, 1(4). <https://doi.org/10.24036/Jmpe.V1i4.5682>
- Arikunto. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta
- Aswad et al., (2018). “ Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center”. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*. Volume 6, Nomor 2 (hal. 77-85).
- Ayuningtyas, E., Santoso, B., & Winahyu, P. (2023). Analisis Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Diversifikasi Produk, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(1), 99-114.
- Basalamah, M. R. (2022). “Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja online di Shopee co . id”. *Jurnal Ekonomika*, 6(1), 25–39 (1), 130–135.

- Crapten, T., & Munawaroh, R. S. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Ud. Maju Group Banjarmasin". *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*.
- Dadang Suhairi. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Damodar N. Gujarati, Dawn C. Porte. (2015). *Dasar-dasar ekonometrika = Basic econometrics*.
- Damsir, M. L. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Indihome di Pekanbaru*. Jurnal Ekonomi dan Ilmu Spisial.
- Darmawan, D. & J. Gatheru. (2021). "Understanding Impulsive Buying Behavior in Marketplace". *Journal of Social Science Studies*, 1(1), 11-18.
- Dwiputra, J., & Prabanto, G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Coffeography Salemba). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1-21.
- Fawzy, I., Sumowo, S., & Saidah, N. (2023). "Pengaruh Lokasi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Stasiun Cafe Balung Jember". *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(1), 47–51.
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa". *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3), 1281–1288. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i3.629>
- Indirasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya.
- Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang, 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE-Yogyakarta
- Irwansyah & Mappadeceng (2018). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction ada Toko Online Buka Lapak. J-MAS (jurnal Manajemen dan Sains) Vol.3 no 2
- Išoraitè, M. (2016). "Marketing mix theoretical aspects". *International Journal of Research Granthaalayah*, 4(6), 2394-3629. Jakarta :Salemba Empat

- Kolonio, J.& Djurwati,S. (2019). “Pengaruh Service Quality, Trust dan Consumer Satisfaction terhadap Consumer Loyalty pada CV Sarana Marine Fiberglass”. *Jurnal EMBA*. Vol. 7, No. 1, pp.14-25.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2018). “Marketing Management Edisi(13th ed.)”. *New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). “*Principles of Marketing*. In Pearson Education Limited (17th ed.)”. Pearson education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). “Principles of Marketing (17th ed.)”. *United Kingdom: Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). “Marketing Management Global Edition (15th ed.)”. *England: Pearson Education Limited*.
- Lupiyoadi. Rambat dan Hamdani. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik*. Jakarta:Salemba Empat
- Melyani. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Distriversa Buana. *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika,1-13*
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 424-436.
- PratiwiDe, N. P. S.,& Kusyana, wa N. B. (2023). Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Toko Ritel dengan Store Atmosphere dan Kepuasan Pelanggan. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(1), 137-148.
- Rasyid, H. A., & Indah, A. T. (2018). “Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan”. *Perspektif*, 39- 49.
- Roisah & Riana. 2016. “Telaah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen”. *Ecodemica*, Vol. IV No.1 April 2016
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2016. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition*. New Jersey: Wiley
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autowork, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 6, hal. 775-764.

- Shafitri, M., Ariani, L., & Nobelson, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 201-212.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Bandung
- Supriyono, R. A. 2015. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Edisi Revisi. Buku Yogyakarta : BPFE-UGM
- Susanti & Gunawan, A. C. 2018. *Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2018). "Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang". *INARxiv Papers*, 1-9.
- Takholy, Y. R. & Andjarwati, A. L. (2018). "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 24-35.
- Thungasal & Siagian, 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Hotel Kasuari*
- Tjiptono, Fandy, & Chandra, Greforius. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian)*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Kepuasan Pelanggan (1st ed.; A. Diana, Ed.)*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wahyudianto, M. Z. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Butuh Baju.Com. *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(4), 311-319.
- Yuhardi, Y., Sari, T. V., & Afrizal, D. (2022). Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mayang Suri Hotel. *Ekonomika*, 6(1), 123-130.
- Zahara, R. (2020). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31-38.