

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi pada Pengguna *Smartphone* Vivo di Kabupaten Majalengka)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh

FAISAL RAMADHAN NURSOFYAN

20200510270



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Pada Pengguna Smartphone Vivo Di Kabupaten Majalengka)

Oleh:

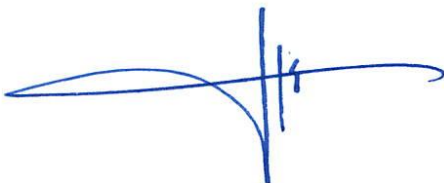
FAISAL RAMADHAN NURSOFYAN

20200510270

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 8 Oktober 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

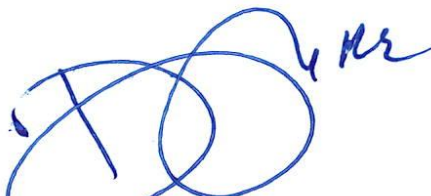
Penguji I,



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si

NIK. 41038971055

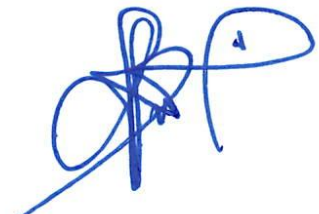
Penguji II,



Dr. Dede Djuniardi, SE. M.M

NIK. 41038031154

Penguji III,



Wachjuni, S.E., M.M

NIK. 410106710221

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Pada Pengguna Smartphone Vivo Di Kabupaten Majalengka)

Oleh:

FAISAL RAMADHAN NURSOFYAN

20200510270

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

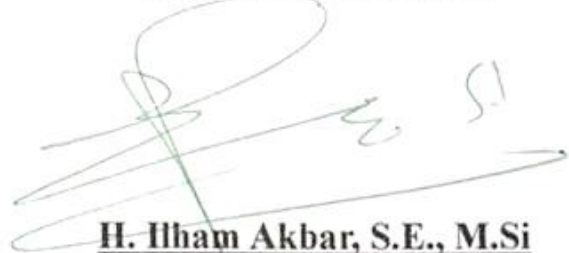
Kuningan, November 2024

Dosen Pembimbing I,



Wachjuni, S.E., M.M
NIK. 410106710221

Dosen Pembimbing II,



H. Ilham Akbar, S.E., M.Si
NIK. 410104700197

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy
NIK. 41038091296

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Ilmu Padi”

PERSEMBAHAN

Untuk diri sendiri, orang tua dan seluruh kerabat yang selalu mendoakan serta memberikan dukungan hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Tentunya tidak lupa kepada orang terdekat atau teman-teman seperjuangan yang selalu menemani dalam setiap langkah dan setiap prosesnya.

PERNYATAAN OTENTITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pengguna Smartphone Vivo Di Kabupaten Majalengka).**” beserta seluruh isinya adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam kaidah keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan jika terdapat klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya ilmiah saya ini.

Kuningan, November 2024

Yang Membuat Pernyataan,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fai', is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem, the text '1000', 'Rp 1000', and 'METERAI TEMPEL'. Below the stamp, the alphanumeric code '86466ANX275377921' is printed.

Faisal Ramadhan Nursufyan

20200510270

ABSTRAK

Faisal Ramadhan Nursofyan, 20200510270 “Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pengguna Smartphone Vivo di Kabupaten Majalengka.” Dengan Pembimbing I Wachjuni S.E., M.M., dan Pembimbing II H. Ilham Akbar, S.E., M.Si. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Smartphone Vivo Di Kabupaten Majalengka). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada responden, yaitu konsumen pengguna smartphone Vivo di Kabupaten Majalengka. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Analisis data menggunakan teknik Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis menggunakan program SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna vivo di Kabupaten Majalengka, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna vivo di Kabupaten Majalengka. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pengguna vivo di Kabupaten Majalengka.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Faisal Ramadhan Nursofyan, 20200510270 "The Influence of Product Quality and Price Perception on Consumer Satisfaction (Study on Vivo Smartphone Users in Majalengka Regency." With Supervisor I Wachjuni S.E., M.M., and Supervisor II H. Ilham Akbar, S.E., M.Si. Management Study Program , Faculty of Economics and Business, Kuningan University, 2024.

This study aims to find out how the Influence of Product Quality and Price Perception on Consumer Satisfaction (Study on Vivo Smartphone Users in Majalengka Regency). The method used in this study is a quantitative approach with a descriptive method. The data collection technique was carried out by distributing a questionnaire given to respondents, namely consumers who use Vivo smartphones in Majalengka Regency. The respondents in this study were 100 people. Data analysis uses Instrument Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test and Hypothesis Testing techniques using the SPSS version 20 program. The results of this study show that Product Quality and Price Perception have a positive and significant effect on consumer satisfaction of vivo users in Majalengka Regency, Product Quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction of vivo users in Majalengka Regency. Price Perception has a positive and partially significant effect on Consumer Satisfaction of vivo users in Majalengka Regency.

Keywords : Product Quality, Price Perception, Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas karunia, hidayah, serta rahmat dan kasih sayang-Nya yang diberikan kepada kita semua. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya. Seiring berjalannya waktu, syukur Alhamdulillah atas karunia yang telah Allah SWT berikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna *Smartphone* Vivo di Kabupaten Majalengka**”. Di mana skripsi ini dilakukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Penulis menyadari bahwa penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, hal tersebut dikarenakan terbatasnya kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya bagi para pembaca pada umumnya.

Kuningan, November 2024

Faisal Ramadhan Nursofyan

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya karena selama penyusunan tugas akhir penulis banyak menemukan kendala dan hambatan. Namun berkat dukungan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak akhirnya tugas akhir ini dapat selesai pada waktunya. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Diri sendiri yang sudah kuat serta semangat untuk berusaha dalam menggapai mimpi dan cita-cita dan semoga yang diinginkan semuanya tercapai.
2. Mamah tercinta Ibu Aan Nurhasanah, terimakasih sudah menjadi sosok mamah terbaik bagi saya, terimakasih telah mengandung, melahirkan dan membesarkan saya. Terimakasih juga karena doa-doa darimu selalu membersamai saya sampai saat ini bahkan sampai kapanpun.
3. Bapak tercinta Sopandi yang telah menjadi pahlawan sekaligus motivator bagi diri saya, mungkin jika bukan karena bapak saya tidak mungkin sampai sejauh ini untuk mengejar cita-cita serta menata masa depan dari titik ini.
4. Ibu Wachjuni, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, membimbing, memberikan ilmu, masukan serta nasihat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak H. Ilham Akbar, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, membimbing, memberikan ilmu, masukan serta nasihat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak meluangkan waktu, membimbing, memberikan arahan, ilmu, petunjuk, masukan serta nasihat kepada penulis selama perkuliahan.
7. Ibu Dr. Rina Masruroh, SE., Me.Sy. selaku ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
9. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan.

10. Seluruh Dosen serta jajaran staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan berlangsung dari semester 1 – 8.
11. Untuk adik tercinta Fauzzy Rahman Nursofyan dan seluruh keluarga terkasih yang telah menjadi support system, selalu mendoakan, memberikan dukungan, motivasi dan segala hal yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menjadi seperti sekarang ini.
12. Untuk sahabat-sahabat tercinta “Kotaca” terimakasih selalu membersamai, memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
13. Untuk teman-teman kelas manajemen B yang menjadi teman kelas dari awal perkuliahan sampai saat ini.

Terimakasih atas doa, ilmu, saran, dukungan, motivasi dan segala kebaikannya. Semoga segala kebaikanyang mereka lakukan menjadi amal ibadah dan selalu mendapatkan perlindungan dari Allah SWT.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

PERNNYATAAN OTENTITAS

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat Teoritis.....	13
2. Manfaat Praktis.....	13
BAB II	14
LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Comparison Level Theory</i>	14

2.1.2 <i>Contrast Theory</i>	15
2.1.3 Manajemen Pemasaran	15
2.1.3.1 Definisi Manajemen Pemasaran	15
2.1.3.2 Tujuan Manajemen Pemasaran	16
2.1.4 Kepuasan Konsumen	17
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	17
2.1.4.2 Faktor – Faktor Kepuasan Konsumen	18
2.1.4.3 Dimensi Kepuasan Konsumen	20
2.1.4.4 Indikator Kepuasan Konsumen	21
2.1.5 Kualitas Produk	22
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Produk	22
2.1.5.2 Faktor-Faktor Kualitas Produk	23
2.1.5.3 Dimensi Kualitas Produk	23
2.1.5.4 Indikator Kualitas Produk	25
2.1.6 Persepsi Harga	26
2.1.6.1 Pengertian Persepsi Harga	26
2.1.6.2 Metode Penetapan Harga	27
2.1.6.3 Indikator Persepsi Harga	29
2.1.7 Hubungan Antar Variabel	30
2.1.8 Penelitian Terdahulu	30
2.2 Kerangka Berpikir	32
2.3 Hipotesis	33
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	34

3.2	Operasionalisasi Variabel	35
3.2.1	Variabel Dependen.....	35
3.2.2	Variabel Independen.....	35
3.3	Populasi dan Sampel	36
3.3.1	Populasi	36
3.3.2	Sampel	37
3.4	Jenis dan Sumber Data	38
3.4.1	Jenis Data	38
3.4.2	Sumber Data	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.1	Studi Kepustakaan	39
3.5.2	Penelitian Lapangan	39
3.6	Uji Instrumen.....	40
3.6.1	Uji Validitas	40
3.6.2	Uji Reliabilitas	41
3.7	Teknik Analisis Data	42
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.7.3	Uji Regresi Linear Berganda	45
3.7.4	Koefisien Determinasi	46
3.7.5	Pengujian Hipotesis.....	46
BAB IV		47
HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Hasil.....	47
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian.....	47
4.1.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	47

4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	48
4.1.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.1.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
4.1.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.1.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	52
4.1.3 Uji Instrumen.....	52
4.1.3.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	53
4.1.3.2 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	54
4.1.3.3 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	55
4.1.4 Uji Reliabilitas	56
4.1.5 Teknik Analisis Data	56
4.1.5.1 Analisis Deskriptif.....	56
4.1.5.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1)	57
4.1.5.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2)	58
4.1.5.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	59
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.1.6.1 Uji Normalitas.....	61
4.1.6.2 Uji Multikolinearitas	62
4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas	62
4.1.7 Uji Regresi Linear Berganda	63
4.1.8 Koefisien Determinasi (R^2)	64
4.1.9 Uji Hipotesis.....	65
4.1.9.1 Uji F (Simultan).....	65
4.1.9.2 Uji t (Parsial).....	66

4.2 Pembahasan	66
BAB V.....	68
KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Penjualan Vivo pada Konter Di Majalengka.....	4
Gambar 1.2 Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Kepuasan Pengguna Vivo.....	7
Gambar 1.3 Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Kualitas Produk Vivo	9
Gambar 1.4 Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Persepsi Harga	11
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Logo Vivo..	48
Gambar 4. 2 Variabel Kualitas Produk Pada Garis Kriteriaum	57
Gambar 4. 3 Variabel Persepsi Harga Produk Pada Garis Kriteriaum	59
Gambar 4. 4 Variabel Kepuasan Konsumen Produk Pada Garis Kriteriaum	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Marketshare Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2023.....	3
Tabel 1.2 Jenis kerusakan yang sering terjadi pada <i>smartphone</i> Vivo	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	36
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Interval	40
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Kualitas Produk (XI).....	57
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Persepsi Harga (X2).....	58
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen (Y).....	59
Tabel 4. 13 Uji Normalitas.....	61
Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4. 15 Uji Heterokedastisitas	63
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4. 17 Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji F Simultan	65