

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN
PRODUK HERBALIFE BAGI KESEHATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Menyelesaikan Studi Akhir dan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank Semarang



Disusun Oleh :

Luluk Nur Kamilah

17.05.51.0026

**PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG**

2022

PERNYATAAN KESIAPAN UJIAN AKHIR

Saya LULUK NUR KAMILAH, dengan ini menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir yang berjudul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PRODUK HERBALIFE BAGI KESEHATAN

adalah benar hasil karya saya dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah sebagian atau seluruhnya atau pihak lain.



LULUK NUR KAMILAH
17.05.51.0026

Disetujui Oleh Pembimbing

Kami setuju laporan tersebut diajukan untuk Ujian Tugas Akhir
Semarang, 02 Februari 2022

Dr. ALIMUDDIN RIZAL, S.E., M.M.
Pembimbing



Dokumen ini diterbitkan secara elektronik.
Disertai QRCode untuk validasi.

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PRODUK HERBALIFE BAGI KESEHATAN

Ditulis oleh

NIM : **17.05.51.0026**
Nama : **LULUK NUR KAMILAH**

Telah dipertahankan di depan Tim Dosen Pengaji Tugas Akhir dan diterima sebagai salah satu syarat
guna menyelesaikan Jenjang Program S1 Program Studi pada Fakultas EKONOMIKA DAN BISNIS
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.

Semarang, 02-03-2022

Ketua



(Dr. ALIMUDDIN RIZAL, M.M.)

NIDN. 0610106301

Sekretaris



(BAMBANG SUTEDJO, DRS., M.M)

NIDN. 0628036101

Anggota



(KRISTINA ANINDITA HAYUNINGTIAS, S.E.,

M.M.)

NIDN. 0616018901

Mengetahui,

Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang

Fakultas EKONOMIKA DAN BISNIS

Dekan



(Dra. M.G. KENTRIS INDARTI, SE, M.Si, Ak, CA)

NIDN. 0618036702



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PRODUK HERBALIFE BAGI KESEHATAN

yang telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 16-02-2022, adalah benar hasil karya saya dan dalam TUGAS AKHIR /SKRIPSI ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya ambil seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik TUGAS AKHIR / SKRIPSI yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri.

Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang batal saya terima.



SAKSI 1
Tim Penguji



(Dr. ALIMUDDIN RIZAL, M.M.)

SAKSI 2
Tim Penguji



(BAMBANG SUTEDJO, DRS., M.M.)

SAKSI 3
Tim Penguji



(KRISTINA ANINDITA HAYUNINGTIAS, S.E., M.M.)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Keluarga saya terutama untuk kedua orang tua saya yang senantiasa memberikan doa, semangat dsan kasih sayangnya kepada saya.
2. Dosen Pembimbing Bapak Dr. Alimuddin Rizal, S.E., M.M yang telah membimbing saya dengan baik dan memberikan arahan kepada saya secara sabar dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
3. Kedua orang tuaku Ayah Muhamad Imron Rosyadi dan Ibu Siti Juwanah tercinta, terimakasih atas segala pengorbananmu, perhatian, dukungan, dan doa yang tiada hentinya untukku.
4. Adikku tercinta Bagus Kholilurrohman yang selalu memberi semangat dan dukungan untukku.
5. Sahabat-sahabatku yang tak pernah lelah mendukung serta memberi nasihat.
6. Teman-teman terdekat yang tak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberi support dan menjadi pendengar yang baik.
7. Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

(Luluk Nur Kamilah)

MOTTO

Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.

“Ali bin Abi Thalib”

Hal hebat tidak dilakukan secara tiba-tiba, tetapi dilakukan dengan serangkaian hal-hal kecil.

“ Vincent Van Gogh”

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PRODUK HERBALIFE BAGI KESEHATAN

Luluk Nur Kamilah

17.05.51.0026

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan produk herbalife bagi kesehatan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk herbalife bagi kesehatan, karena populasi ini jumlahnya sangat banyak maka penelitian ini mengambil sampel dengan jumlah 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu yaitu dengan pelanggan yang sudah pernah membeli atau mengkonsumsi produk herbalife selama 3 bulan. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji validitas, uji reabilitas, uji F, uji koefisien determinan (R^2), dan uji t dengan kuesioner sebagai uji penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk herbalife bagi kesehatan yang dengan nilai persepsi harga, kualitas produk, dan kepercayaan dengan signifikansi ($0,000 < 0,05$) dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi harga, kualitas produk dan kepercayaan mempunyai pengaruh singnifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: persepsi harga, kualitas produk, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, AND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION HERBALIFE PRODUCTS FOR HEALTH

Luluk Nur Kamilah

17.05.51.0026

This study aims to determine and explain the effect of price perception, product quality and trust on customer satisfaction of herbalife products for healthy. The population in this study are customers who buy herbalife products for healthy, because this population is very large, this study took a sample of 100 respondents using purposive sampling technique, which is a sampling technique with certain criteria, namely with customers who have already purchased or consumed the products. herbalife for 3 Months. The data analysis used was multiple linear regression, validity test, reability test, F test, daterminant coefficient test (R^2), and t test with a questinnnaire as a research test. The results showed that the effect of price perception, product quality and trust on customer satisfaction herbalife products for healthy with price percaption value of, product quality and trustworthiness with a significance ($0,000 < 0,05$). Thus it can be said that price perception, product quality, trust have a significant effect on customer statisfaction.

Keywords: *price awareness, product quality, trust, customer satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang judul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Produk Herbalife Bagi Kesehatan”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Studi Strata (S1) Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan penelitian dalam skripsi ini, Penulis tidak luput dalam kendala. Kendala dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga penyusunan proposal penelitian ini dapat terselesaikan. Ucapan terimakasih ini penulis tujuhan kepada:

1. Dr. Alimuddin Rizal, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikanwaktu untuk membimbimgmengarahkan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Edy Winarno, S.T., M.Eng. selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
3. Dr. Suhana, S.S., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen
4. Dra. M.G Kentris Indarti S.E., M.Si., AK.,CA sebagai Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis
5. Dr. Euis Sholiha, S.E, M.Si. selaku Dosen Wali yang telah memberikan dukungan, doa serta arahan selama masa studiawal hingga akhir studi.
6. Segenap Dosen Ibu dan Bapak Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang telah mendidik serta membimbing selama masa perkuliahan.
7. Para staf pengajar dan karyawan kampus Universitas Stikubank Semarang.

8. Ayah dan Ibu telah memberikan cinta, kasih sayang, doa dan motivasi, dukungan untuk menyelesaikan studi dari awal sampai akhir.
9. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan demi kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung penyusunan proposal penelitian ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan taufiq, hidayah dan inayahserta menunjukkan yang terbaik dan membalas kebaikan yang telah diberikan dengan kebaikan pula. Penulis menyadari dalam penyusunan proposal penelitian ini tidak luput dari kesalahan. Dengan segala kerendahan hati Penulis berharap semoga proposal penelitian ini berguna bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan.

Semarang, Januari 2022

Yang menyatakan,

(Luluk Nur Kamilah)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 kepuasan Pelanggan	13
2.1.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan	14
2.1.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2 Persepsi Harga	16

2.2.1 Peran Utama Harga.....	17
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga.....	17
2.2.3Indikator Persepsi Harga.....	18
2.3 Kualitas Produk	18
2.3.1 Tingkat Produk	19
2.3.2 Indikator kualitas Produk.....	19
2.4 Kepercayaan pelanggan.....	20
2.4.1 Strategi membangun Kepercayaan	21
2.4.2 Indikator Kepercayaan.....	22
2.5 Review Penelitian Terdahulu	23
2.6 Pengembangan Hipotesis	27
2.6.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	27
2.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan	28
2.6.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	29
2.6.4 Pengaruh Simultan Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Herbalife.....	31
2.7 Model Penelitian Empiris	32
2.7.1 Model Grafis	32
2.7.2 Model Matematis	33
BAB III MOTODE PENELITIAN.....	34
3.1 Obyek Penelitian	34

3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.1 Sampel	35
3.3 Jenis dan Pengambilan Data.....	37
3.3.1 Jenis Data.....	37
3.3.2 Teknik Pengambilan Data.....	37
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Variabel	38
3.5 Uji Instrumen.....	39
3.5.1 Uji Validitas.....	39
3.5.2 Uji Reabilitas	40
3.6 Analisis Regresi.....	40
3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.7 Uji Model	41
3.7.1 Uji Koefisien Determinan (R^2)	41
3.7.2 Uji t	42
3.7.3 Uji F.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	43
4.1 Deskripsi Responden	43
4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.3 Responden Berdasarkan Umur	44
4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan	44

4.5 Analisis Data Penelitian	46
4.5.1 Uji Validitas	46
4.5.2 Uji Reliabilitas	48
4.6 Analisis Regresi Berganda	49
4.7 Uji Model	51
4.7.1 UJI Koefisien Determinasi (R^2)	51
4.7.2 Uji Simultan (Uji F).....	52
4.8 Pembahasan	53
4.8.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Herbalife	53
4.8.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Herbalife	55
4.8.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kualitas Pelanggan Produk Herbalife	56
4.8.4 Pengaruh Secara Simultan Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan produk Herbalife	58
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	63
5.3 Keterbatasan Penelitian	64
5.4 Implikasi Penelitian.....	65
5.4.1 Implikasi Teoritis	65
5.4.2 Implikasi Manajerial	65

Daftar Pustaka	67
Lampiran.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Operasional Variabel	38
Tabel 4.1 Rekap Hasil Kuesioner	43
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4.2 Umur Responden	44
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan pendapatan	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas.....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model grafis	32
--------------------------------------	----