

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HANDPHONE
MEREK IPHONE DI SEMARANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan
Studi Akhir Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank Semarang**



Oleh :

**Nama : Andi Kurniawan
Nim : 17.05.51.0079
Program Studi : S.1 Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK
SEMARANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HANDPHONE
MEREK IPHONE DI SEMARANG**

Oleh :

Andi Kurniawan

NIM : 17.05.51.0079

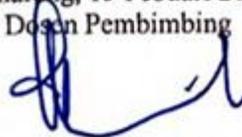
Program Studi S1-Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Semarang

Semarang, 15 Febuari 2021

Dosen Pembimbing



Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si

NIDN : 0027037101

HALAMAN PENGESAHAN



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HANDPHONE
MEREK IPHONE DI SEMARANG**

Oleh :
Andi Kurniawan
NIM : 17.05.51.0079
Program Studi SI-Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pandadaran Skripsi dan skripsi telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal :

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing
(Menyangkap Penguji I)

Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si

NIDN : 0027037101

Penguji II

Dr. Alimuddin Rizal, S.E., M.M

NIDN : 0610106301

Penguji III

Mulyo Budi Setiawan, SE., M.M

NIDN : 0623036902

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si

NIDN : 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Andi Kurniawan
NIM : 17.05.51.0079
Program Studi : S.1 Manajemen

Menyatakan, dengan ini bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HANDPHONE MEREK IPHONE DI SEMARANG" tidak terdapat keseluruhan atau sebagai tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut baik sengaja atau tidak di sengaja, dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 15 Febuari 2021
Yang Menyatakan,



(Andi Kurniawan)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya Bapak Giyadi dan Ibu Atmini tercinta yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun material serta selalu mendoakan yang terbaik untuk anaknya.
2. Dosen pembimbing saya Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si yang telah membimbing dan mengarahkan saya dalam penyusunan karya ilmiah ini.
3. Untuk Gati Dian Andriani yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
4. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 serta Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Penulis,



(Andi Kurniawan)

MOTTO

“Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia”. Nelson Mandela

“Ilmu itu lebih baik dari kekayaan, karena kekayaan itu harus kamu jagas sedangkan ilmu yang akan menjagamu”. Ali bin Abi Thalib

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan handphone merek iphone di Semarang. Populasi yang digunakan dalam penelitian yaitu pengguna handphone merek iphone. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden dan pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuisioner dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengujian data yang digunakan penelitian ini menggunakan uji validitas dengan *loading factor*, uji reliabilitas dengan *alpha cronbach* dan uji analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini menggunakan variabel kualitas produk, persepsi harga, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dengan menunjukkan hasil melalui *standarrized coefficient beta* sebesar 0,210 dan nilai signifikan sebesar 0,009, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan handphone merek iphone. Selanjutnya, persepsi harga berpengaruh positif dengan menunjukkan hasil melalui *standarrized coefficient beta* sebesar 0,289 dan nilai signifikan sebesar 0,001, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan handphone merek iphone. Serta, nilai pelanggan berpengaruh positif dengan menunjukkan hasil melalui *standarrized coefficient beta* sebesar 0,456 dan nilai signifikan sebesar 0,000, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan handphone merek iphone.

Kata Kunci : kualitas produk, persepsi harga, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, price perception and customer value on customer satisfaction of the iPhone brand mobile phone in Semarang. The population used in this study is the iPhone brand mobile phone users. The number of samples in this study were 100 respondents and data collection from this study used a questionnaire distribution method with purposive sampling technique. The data testing technique used in this research is the validity test with loading factors, the reliability test with alpha cronbach and multiple regression analysis. In this study, using the variable product quality, price perception, customer value and customer satisfaction. The results of this study indicate that product quality has a positive effect by showing the results through the standardized coefficient beta of 0.210 and a significant value of 0.009, so there is a positive and significant effect on customer satisfaction of the iPhone brand mobile phone. Furthermore, price perception has a positive effect by showing the results through the standardized coefficient beta of 0.289 and a significant value of 0.001, so there is a positive and significant effect on customer satisfaction for the iPhone brand mobile phone. And, customer value has a positive effect by showing the results through the standardized coefficient beta of 0.456 and a significant value of 0.000, so there is a positive and significant effect on customer satisfaction for the iPhone brand mobile phone.

Keywords : product quality, price perception, customer value and customer satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan handphone merek iphone di Semarang”. Skripsi ini merupakan mata kuliah wajib yang harus ditempuh dalam rangka menyelesaikan pendidikan Sarjana S1 di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu, membimbing, memberikan saran dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini yaitu :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga skripsi berjalan dengan lancar dan dapat terselesaikan.
2. Dr. Safik Faozi, M. Hum, selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
3. Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
4. Sri Sudarsi, SE, M.Si selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
5. Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. Bambang Suko Priyono ,SH.,M.M, selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang.
7. Segenap dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi Univeritas Stikubank Semarang yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan petunjuk dan ilmu kepada penulis.

8. Ayah dan Ibu tersayang yang selalu memberikan doa, inspirasi, dukungan dan finansial kepada peneliti sehingga skripsi ini berjalan dengan baik.
9. Seluruh teman-teman Manajemen angkatan 2017 yang berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini terlaksana.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena terbatasnya kemampuan dan pengetahuan, oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak pada bidang ini masih penulis harapkan.

Semarang, 15 Febuari 2021

Penulis



Andi Kurniawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Teoristis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS ...	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8

2.1.1 Kepuasan Pelanggan	8
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	8
2.1.1.2Manfaat Kepuasan Pelanggan	9
2.1.1.3Dimensi Kepuasan Pelanggan	12
2.1.1.4Aspek-Aspek Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.1.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	17
2.1.1.5Indikator Kepuasan pelanggan	17
2.1.2 Kualitas Produk.....	18
2.1.2.1Pengertian Kulitas Produk.....	18
2.1.2.2Dimensi Kualitas Produk	20
2.1.2.3Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	21
2.1.2.4Indikator Kualitas Produk	24
2.1.3 Persepsi Harga.....	25
2.1.3.1Pengertian Persepsi Harga.....	25
2.1.3.2Dimensi Persepsi Harga	26
2.1.3.3Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga	27
2.1.3.4Indikator Persepsi Harga	28
2.1.4 Nilai Pelanggan	28
2.1.4.1Pengertian Nilai Pelanggan	28
2.1.4.2Dimensi Nilai Pelanggan.....	30
2.1.4.3Tingkatan Nilai Pelanggan	31
2.1.4.4Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Pelanggan	32
2.1.4.5Indikator Nilai Pelanggan.....	33

2.2	Penelitian Empiris/Terdahulu.....	36
2.3	Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	39
2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	39
2.3.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	40
2.3.3	Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan	41
2.4	Model Grafis	42
2.4.1	Model Matematis	43
BAB III MOTODE PENELITIAN.....		44
3.1	Populasi dan Sampel	44
3.1.1	Populasi.....	44
3.1.2	Sampel.....	44
3.2	Jenis dan Teknik Pengambilan Data	46
3.2.1	Jenis data.....	46
3.2.2	Teknik Pengambilan Data.....	46
3.3	Definisi Konsep, Operasional Variabel dan Pengukur Variabel.....	47
3.3.1	Definisi Konsep.....	47
3.3.2	Definisi Operasional.....	47
3.4	Rencana Analisis	49
3.4.1	Analisis Deskriptif	49
3.4.1.1	Deskripsi Responden	50
3.4.1.2	Deskripsi Variabel.....	50
3.4.2	Uji Instrumen	51
3.4.2.1	Uji Validitas	51

3.4.2.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.4.3 Analisis Regresi Berganda	52
3.4.3.1 Uji Model	52
1. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	52
2. Pengujian Secara Simultan (F).....	53
3.4.3.2 Uji Hipotesis.....	53
1. Uji Secara Parsial (Uji t)	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Data Penelitian	54
4.2 Deskripsi Responden.....	55
4.3 Deskripsi Variabel.....	58
4.4 Uji Instrumen.....	60
4.4.1 Uji Validitas	60
4.4.2 Uji Reliabilitas	62
4.5 Analisis Regresi Berganda	62
4.5.1 Uji Model	63
4.5.1.1 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	63
4.5.1.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	64
4.5.2 Uji Hipotesis	65
4.5.2.1 Uji Secara Parsial (Uji t)	65
4.6 Pembahasan.....	66
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	67
4.6.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan pelanggan	67

4.6.3 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan	67
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Keterbatasan Penelitian	68
5.3 Implikasi.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	74