

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SMARTPHONE SAMSUNG DI JAKARTA UTARA

Oleh:

Nama : MARCO LIDYA

NIM : 27110177

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Oktober 2016

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *SMARTPHONE*

SAMSUNG DI JAKARTA UTARA

Diajukan oleh

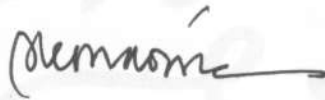
Nama: Marco Lidya

NIM: 27110177

Jakarta, 05 Oktober 2016

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Bernadine, Dra., M.Com)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2016

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Marco Lidya / 27110177 / 2016/ Pengaruh Kualitas Produk dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Konsumen *Smartphone* Samsung di Jakarta Utara di Jakarta Utara /
 Pembimbing: Bernadine, Dra., M.Com

Seiring dengan perkembangan zaman, pola pikir serta gaya hidup manusia juga mengalami perubahan yang signifikan. Waktu menjadi hal yang sangat berharga apalagi di daerah perkotaan besar seperti di Jakarta ini. Saat ini banyak sekali bermunculan merek *Smartphone* elektronik yang mudah ditemukan, dan perusahaan Samsung masih mengalami persaingan yang sangat ketat dalam menjual produk *Smartphone*, hal ini dapat dilihat pada jumlah pemakai yang ada dan juga konsumen yang memakai produk pesaing. Untuk mampu bersaing, perusahaan Samsung perlu memperhatikan kualitas produk dan kewajaran harga yang sesuai dengan harapan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh persepsi kualitas produk dan kewajaran harga terhadap Kepuasan Konsumen *Smartphone* Samsung di Jakarta Utara.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan konsep dan teori produk, kualitas produk, persepsi kualitas produk, harga, dimensi harga, peranan harga, tujuan penetapan harga, dan Kepuasan Konsumen. Hipotesis dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kewajaran harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen *Smartphone* Samsung. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian analisis deskriptif. Selain itu, penelitian menggunakan teknik komunikasi sebagai teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang pernah menggunakan *Smartphone* Samsung, menggunakan aplikasi Google Docs. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*, dimana pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang ditentukan penulis. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, skala likert, uji asumsi klasik dan uji regresi berganda menggunakan *software* SPSS 20.

Hasil dari penelitian ini adalah lebih dari separuh responden menyatakan bahwa kualitas produk *Smartphone* Samsung adalah baik dan sangat baik, kurang dari separuh responden menyatakan bahwa harga produk *Smartphone* Samsung adalah wajar dan kurang dari separuh responden menyatakan Puas terhadap produk *Smartphone* Samsung. Selain itu, didapati bahwa kualitas produk dan kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *Smartphone* Samsung, dimana kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen dibandingkan kewajaran harga.

Saran untuk perusahaan yaitu perlu memikirkan cara bagaimana mengatasi persoalan menetapkan harga sehingga konsumen merasa puas dengan harga yang ditetapkan perusahaan Samsung, diluar kualitas yang ditawarkan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk meneliti nilai karena dari hasil penelitian didapati bahwa walaupun harga mahal tetapi pelanggan puas terhadap produk *Smartphone* Samsung, sehingga diduga terdapat faktor nilai atau *value*, serta diharapkan peneliti selanjutnya untuk memberikan pertanyaan terbuka di dalam kuisisioner yang disebarkan agar peneliti dapat mengetahui alasan responden dalam menjawab kuisisioner yang disebarkan dan meningkatkan keakuratan data yang diperoleh.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Marco Lidya/ 27110177/ 2016/ The Effect of Product Quality and Price Fairness against Consumers' Satisfactions of *Samsung* Smartphone in North Jakarta/ Advisor: Bernadine, Dra., M.Com

In accordance with the changing of time, paradigm and lifestyle of people are also changed significantly. Time becomes a very valuable thing especially in large urban areas. No wonder many electronic companies are emerged in major urban areas like in Jakarta. Nowadays many names of electronic companies are popping up and easily found, and *Samsung* Company is still undergoing tight competition in selling Smartphone products. It can be seen from the number of current users and also the number of consumers using competitor's products. To be able to compete, *Samsung* Company needs to make sure the product qualities and price fairness to be in line with consumers' expectations. This study aimed to investigate the effect of product quality and price fairness against consumers' satisfactions of *Samsung* smartphone in North Jakarta.

In this study, the author used the concept and theory of products, product quality perception of quality product, price, price dimension, the role of the price, the purpose of pricing, and consumers' satisfaction. The hypothesis of this study is that product quality and price fairness give the positive effect on consumers' satisfaction of *Samsung* smartphone.

This study used descriptive analysis research methodology. Furthermore, this study used communication techniques as data collection techniques by distributing questionnaires to 100 respondents who had used *Samsung* smartphone, using Google Docs application for distributing the questionnaires. For sampling techniques, this study used non-probability sampling technique with judgment sampling approach, in which the sampling were done in accordance with the criteria specified by author. The data analysis technique that is used are the validity test, reliability test, descriptive analysis, Likert scale, classical assumption test and regression test using SPSS 20 software.

The results of this study are more than half of the respondents stated that the product quality of *Samsung* smartphones are good and very good, less than half of the respondents stated that the price of *Samsung* smartphones are proper and less than half of the respondents stated that they are satisfied with *Samsung* smartphones. Moreover, it is found that the product quality and price fairness give positive and significant impacts against *Samsung* smartphone consumers' satisfaction, which product quality has the greater influence on consumers' satisfaction than price fairness.

Advice for company is to think how to resolve pricing problems so that the consumers would be satisfied with the price set by the *Samsung* Company, outside of the qualities offered by the *Samsung* Company. For further research, it is advisable to examine the value, because from the results of this study, it is found that although the price is expensive, but customers are still satisfied with the *Samsung* smartphone, so that it is suspected that there is value factor, and also the next researcher is expected to add open questions in the questionnaires which will be spread so that researcher will know the respondents' reasons in answering those questionnaires and will increase the accuracy of the collected data.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Kwik Kian Gie School of Business



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, anugerah, dan rahmat yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Selama penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Penulisan skripsi ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak tersebut. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bernadine, Dra., M. Comselaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan serta waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan banyak pengetahuan kepada penulis selama ini.
3. Kedua orang tua, kakak, adik, serta saudara yang penulis sayangi yang telah membesarkan, menyayangi, mendoakan, dan selalu mendukung penulis.
4. Juliani Hanly dan Lucia yang selalu membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.
5. Seluruh teman-teman terdekat penulis yang selalu mendukung dan menghibur penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas dukungan dan doanya yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, mengingat kemampuan dan pengalaman penulis yang masih terbatas. Penulis meminta maaf yang sebesar-besarnya atas ketidaksempurnaan tersebut. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai segala kritik dan saran guna menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 25 Agustus 2016

Penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batas Penelitian	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teoritis	6
1. Produk	6
a. Pengertian Produk	6
b. Kualitas Produk	8
2. Harga	10
a. Pengertian Harga	10
b. Dimensi Harga	10
c. Peranan Harga	11
d. Tujuan Penetapan Harga	12
e. Price Fairness	13
3. Kepuasan Konsumen	14
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Kerangka Pemikiran	17
D. Hipotesis Penelitian	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
A. Obyek Penelitian	19
B. Metode Penelitian	19

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



C.	Variabel Penelitian.....	20
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	22
E.	Teknik Pengambilan Sampel.....	23
F.	Skala yang Digunakan.....	23
G.	Teknik Analisis Data.....	24
BAB II ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		29
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	29
B.	Analisis Deskriptif.....	30
1.	Uji Validitas.....	30
2.	Uji Reliabilitas.....	33
3.	Profil Responden.....	34
4.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	35
5.	Uji Asumsi Klasik.....	38
6.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
C.	Hasil Penelitian.....	42
D.	Pembahasan.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		46
A.	Kesimpulan.....	46
B.	Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....		48

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan <i>Smartphone</i> di Seluruh Dunia pada Kuartal Keempat Tahun 2013 dan 2014.....	1
Tabel 1.2 <i>Topbrand Award</i> 2015 Fase 1 di Indonesia	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1.....	15
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2.....	16
Tabel 3.1 Variabel Kualitas Produk.....	20
Tabel 3.2 Variabel Kewajaran Harga	21
Tabel 3.3 Variabel Kepuasan Konsumen.....	22
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	30
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kewajaran Harga (X2)	31
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	32
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 4.9 Persepsi Responden Mengenai Kualitas Produk.....	36
Tabel 4.10 Persepsi Responden Mengenai Kewajaran Harga	37
Tabel 4.11 Persepsi Responden Mengenai Kepuasan Konsumen.....	37
Tabel 4.12 Hasil uji Normalitas	38
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	39
Tabel 4.14 Hasil Uji Keberartian Model (Uji F).....	40
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)	40
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi	42

Hak cipta milik IBIKCG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKCG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKCG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4.1 Logo Samsung	29

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	PRA KUISIONER	50
Lampiran 2	DATA PRA KUISIONER	52
Lampiran 3	HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	55
Lampiran 4	KUISIONER.....	57
Lampiran 5	DATA KUISIONER	59
Lampiran 6	TABEL FREKUENSI DAN RATA-RATA	63
Lampiran 7	ASUMSI KLASIK	70
Lampiran 8	UJI REGRESI BERGANDA	71

© Hak cipta milik IBIKKS (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.