

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSERPSI HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN LAPTOP ADVAN**

(E-COMMERCE SHOPEE)

Oleh:

Nama : Rayhan Glenn Setiawan

NIM : 22209047

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Agustus 2024

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAPTOP ADVAN
(E-COMMERCE SHOPEE)**

Diajukan Oleh

Nama : Rayhan Glenn Setiawan

NIM : 22209047

Jakarta, 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing


(Dr. Drs. Tony Sitinjak , M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2024



ABSTRAK

Rayhan Glenn Setiawan/22209047/Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan laptop advan (E-Commerce Shopee).

Dosen Pembimbing : Dr.Drs Tony Sitinjak,M.M

Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk laptop Advan, sebuah merek teknologi lokal Indonesia yang populer. Advan telah berhasil memposisikan dirinya sebagai pilihan yang menarik bagi konsumen dengan menawarkan produk yang terjangkau namun tetap berkualitas tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana kualitas produk dan persepsi harga berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan terhadap produk Advan.

Penelitian ini didasarkan pada teori-teori pemasaran yang relevan, khususnya mengenai kualitas produk dan persepsi harga. Kualitas produk didefinisikan sebagai sejauh mana produk memenuhi harapan pelanggan, sementara persepsi harga merujuk pada penilaian konsumen terhadap nilai suatu produk berdasarkan harga yang ditetapkan. Kepuasan pelanggan, sebagai variabel dependen, diukur berdasarkan sejauh mana pengalaman pelanggan sesuai dengan harapan mereka.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel purposive. Sampel penelitian terdiri dari 90 responden yang pernah membeli laptop Advan di Jakarta Utara. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur variabel kualitas produk, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan. Analisis data dilakukan menggunakan uji statistik untuk menguji hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan produk laptop Advan. Artinya, semakin rendah harga yang dirasakan konsumen, semakin tinggi tingkat kepuasan mereka. Sebaliknya, kualitas produk tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa harga menjadi faktor penentu utama dalam keputusan pembelian konsumen terhadap produk Advan.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi perusahaan Advan. Perusahaan perlu lebih fokus pada strategi penetapan harga yang kompetitif untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, meskipun kualitas produk tidak menjadi faktor dominan dalam penelitian ini, perusahaan tetap perlu menjaga kualitas produk agar tidak menjadi hambatan bagi pertumbuhan bisnis. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan variabel yang diteliti, seperti kualitas pelayanan, fitur produk, dan pengaruh media sosial, serta memperluas populasi penelitian.

Kata Kunci: kualitas produk, persepsi harga, kepuasan pelanggan, laptop Advan, penelitian pemasaran



Hak cipta milik IBIKKG 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRACT

Rayhan Glenn Setiawan/22209047/*The Influence of Product Quality and Price Perception on Customer Satisfaction of Advan Laptops (E-Commerce Shopee)*

Advisor: Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M

This research focuses on the factors influencing customer satisfaction with Advan laptop products, a popular Indonesian local technology brand. Advan has successfully positioned itself as an attractive choice for consumers by offering affordable yet high-quality products. This study aims to understand the extent to which product quality and price perception influence customer satisfaction with Advan products.

This research is based on relevant marketing theories, particularly regarding product quality and price perception. Product quality is defined as the extent to which a product meets customer expectations, while price perception refers to a customer's assessment of a product's value based on its price. Customer satisfaction, as the dependent variable, is measured by the extent to which a customer's experience meets their expectations.

This study employs a quantitative approach with purposive sampling. The sample consists of 90 respondents who have previously purchased Advan laptops in North Jakarta. Data was collected through questionnaires measuring product quality, price perception, and customer satisfaction variables. Data analysis was conducted using statistical tests to test the research hypotheses.

The results show that price perception has a significant positive influence on customer satisfaction with Advan laptop products. This means that the lower the perceived price, the higher the level of customer satisfaction. Conversely, product quality does not show a significant influence on customer satisfaction in this study. These findings indicate that price is a primary determinant in consumers' purchasing decisions for Advan products.

These findings have significant implications for Advan. The company needs to focus more on competitive pricing strategies to maintain and increase customer satisfaction. Additionally, although product quality is not a dominant factor in this study, the company should still maintain product quality to avoid hindering business growth. For future research, it is recommended to expand the scope of variables studied, such as service quality, product features, and the influence of social media, as well as to expand the research population.

Keywords: product quality, price perception, customer satisfaction, Advan laptops, marketing research



KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan kasih Karunia-Nya yang berkelimpahan dalam menuntun penulis dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Perserpsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Advan (E-Commerce Shopee)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis memahami betul bahwa semuanya tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya doa, bantuan, dan bimbingan dari semua orang yang terlibat dalam proses penulisan skripsi ini. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan waktunya untuk berdiskusi dan pengajaran yang sangat berharga serta mendidik hingga selesainya skripsi ini.
2. Ibu dan nenek saya yang senantiasa mendoakan dan semangat yang begitu berarti bagi penulis selama mengerjakan skripsi.
3. Sahabat-sahabat dan orang terdekat penulis yaitu Brenda Tan, felicia, Novia Angelina, dan Stanley Jordan yang terus memberikan bantuan, dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Yenni selaku Direktur PT Intect Surya Abadi, Bapak Dr. M. Aria Wahyudi, S.E. selaku Chief Operating Officer PT Anugrah Cipta Karyatama, dan Ibu Theresia Kartika selaku Manajer, yang telah memberikan bimbingan, dukungan, serta arahan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.



5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka akan saran dan masukan yang sekiranya diberikan pembaca sebagai bentuk perbaikan. Penulis juga berharap agar laporan ini dapat memberikan manfaat terhadap para pembaca.

Jakarta, Agustus 2024,

Rayhan Glenn Setiawan

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 ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	7
G. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Kerangka Pemikiran	17
D. Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Objek Penelitian	20
B. <i>Design</i> Penelitian	20
C. Variabel Penelitian	22
D. Teknik Pengambilan Sampel	25
E. Teknik Pengumpulan Data	26
F. Teknik Analisis Data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	33
B. Analisis Deskriptif	35
1. Uji Kuesioner	35
2. Analisis Persentase (Uji Profil Responden)	39
3. Analisis Variabel	41
C. Hasil Penelitian	47

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.



1. C. Uji Asumsi Klasik	47
2. Analisis Regresi Linier Berganda	49
D. Pembahasan.....	52
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	52
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	80

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 2.1	16
Tabel 2.2	16
Tabel 2.3	16
Tabel 2.4	17
Tabel 3.1	23
Tabel 3.2	24
Tabel 3.3	25
Tabel 4.1	35
Tabel 4.2	37
Tabel 4.3	37
Tabel 4.4	38
Tabel 4.5	39
Tabel 4.6	40
Tabel 4.7	41
Tabel 4.8	42
Tabel 4.9	44

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Tabel 4.11	47
Tabel 4.12	48
Tabel 4.13	49
Tabel 4.14	49
Tabel 4.15	51
Tabel 4.16	51
Tabel 4.17	52

© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	1
Gambar 1.2.....	4
Gambar 1.3.....	5
Gambar 2.1.....	18
Gambar 4.1.....	35
Gambar 4.2.....	43
Gambar 4.3.....	45
Gambar 4.4.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Lampiran 1 : Kuisioner	56
Lampiran 2: Data Pra – Kueisoner 30 Responden	61
Lampiran 3: Output Uji Validitas dan Reliabilitas	63
Lampiran 4: Profil Responden	65
Lampiran 5: Data Kueisoner 90 Responden	68
Lampiran 6: Hasil output SPSS Profil Responden	74
Lampiran 7 : Hasil output rata – rata dan interval	75
Lampiran 8 : Hasil output SPSS Pengujian Asumsi Klasik	77
Lampiran 9: Hasil output pengujian Regresi Linier Berganda	78

1. Hakipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.