

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN  
PRODUK SUSU KEDELAI PAK MIRAN**

**RINGKASAN SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**FAKHURU ROZY**

**2118 30322**

**PROGRAM STUDI MANAJAMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA  
JANUARI 2022**

## TUGAS AKHIR

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN PRODUK SUSU KEDELAI PAK MIRAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**FAKHRU ROZY**

**No Induk Mahasiswa: 211830322**

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 14 Januari 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S. M.)

#### Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Ranti Yulia Wardani, SE., M.Sc, Ph.D.

Penguji



Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, M.Si., Ph.D.

Yogyakarta, 14 Januari 2022  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta  
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian. Dan juga bertujuan untuk menganalisis factor-faktor yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan pembelian Produk Susu Kedelai Pak Miran .

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Produk Susu Kedelai Pak Miran. Penelitian ini melibatkan 146 responden menggunakan purposive sampling dan kuesioner dengan pengukuran skala likert. Kemudian, data yang diperoleh dianalisis menggunakan, analisis regresi deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f, serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian.

**Kata kunci** : Kualitas produk, persepsi harga, Kualitas Pelayanan, kepuasan pembelian.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## *ABSTRACT*

This study aims to determine how much influence product quality, price perception and service quality have on purchase satisfaction. And also aims to analyze the most dominant factors that affect the satisfaction of purchasing Pak Miran's Soy Milk Products.

The population in this study were customers of Pak Miran's Soy Milk Products. This study involved 146 respondents using purposive sampling and questionnaires with Likert scale measurements. Then, the data obtained were analyzed using descriptive regression analysis, instrument test, classical assumption test, hypothesis testing through t test and f test, and analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ).

The results of this test indicate that product quality, price perception and service quality have a positive and significant effect on purchase satisfaction.

**Keywords:** product quality, price perception, service quality, satisfaction

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan aktivitas usaha dengan pemiliknya adalah badan usaha ataupun perorangan yang mengacu pada kegiatan usaha ekonomi yang produktif. Keberadaan UMKM bisa membantu program pemerintah dalam mengupayakan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Maka dari itu, kegiatan UMKM mampu menciptakan masyarakat yang berinovasi guna memiliki penghasilan mandiri dan tidak tergantung pada pihak lain dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini sama apa yang dilakukan oleh sosok bapak saya sendiri dengan mengembangkan usaha susu kedelai yang mampu memberikan kebutuhan bagi keluarganya. Namun, dalam mengetahui pelanggan tidaklah gampang. Kebutuhan dari pelanggan yang ingin disalurkan dan juga seperti apa keinginan dari mereka, tetapi bertindak dengan sebaliknya.

Walaupun demikian, para pemasar harus bisa mempelajari keinginan, persepsi harga, preferensi produk, dan perilaku para sasaran konsumen mereka. Maka dari itu, kepuasan pembelian merupakan bentuk aktivitas individu yang terlibat secara langsung dalam merasakan kepuasan setelah pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual (Kotler, 2008). Dalam kepuasan pembelian hal-hal yang perlu dipertimbangkan adalah kualitas produk itu sendiri, juga dari persepsi harga yang akan ditentukan, dan seberapa bagusnya dari kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Pelanggan memiliki keinginan terhadap mutu barang yang dihasilkan dari pedagang tersebut. Produk itu sendiri harus bisa bermanfaat bagi konsumen, barang tersebut bisa disebut memiliki kegunaan apabila mutu barang memiliki daya guna dalam memenuhi kepuasan beserta keinginannya. Bahwa kualitas produk

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

merupakan kemampuan suatu produk dalam melakukan manfaatnya yang meliputi daya tahan, ciri khas, dan operasi dari produk tersebut (Kotler & Armstrong, 2006).

Selain kualitas produk, persepsi harga juga mempengaruhi bagaimana kepuasan pembelian konsumen itu sendiri. Persepsi harga menjadi sebuah kecenderungan tersendiri bagi pelanggan dalam menjadikan biaya sebagai patokan untuk mengukur mutu suatu barang. Harga adalah faktor utama paduan penjualan sebagai hasil dari industri, level harga digunakan sebagai patokan yang memiliki peran untuk menentukan kapasitas barang yang berhasil di pasarkan (Tjiptono, 2008).

Ada halnya juga pengaruh dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dikatakan baik jika servis yang didapatkan dan dinikmati pelanggan mencapai tingkat keinginan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan atau mutu servis dapat dianggap baik apabila tidak diamati dari fasilitator jasa melainkan melalui *point of view* dari konsumen. penilaian terkait fasilitator jasa secara konkret yang didapatkan dan dinikmati konsumen dan bagaimana mutu servis tersebut dapat dirasakan oleh konsumen merupakan bagian dari analisis mutu servis (Parasuraman, 1991).

## **Landasan Teori**

### **Kepuasan Pembelian**

Persaingan yang sangat ketat dalam pasar saat memenuhi kebutuhan konsumen membuat produsen harus bisa memperhatikan kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayannya terhadap konsumen sehingga mereka merasa sangat puas. Tingkat rasa senang dan kegembiraan pelanggan terkait pertimbangan mengenai



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kesan yang diangan-angankan mengenai suatu barang disebut dengan kepuasan (Kotler, 2009). Jika ekspektasi mereka terpenuhi maka pelanggan akan merasa puas, jika gagal dalam memenuhi ekspektasi mereka maka pelanggan tidak puas.

## **Kualitas Produk**

Produk merupakan salah satu bagian yang penting dalam bauran pemasaran, produk yang dirancang harus sesuai dengan kebutuhan ataupun keinginan dari konsumen dan juga memberikan manfaat bagi konsumen. Istilah bauran pemasaran yaitu suatu strategi yang mengkombinasikan kegiatan pemasaran seperti, barang, biaya, penjualan, beserta iklan diintegrasikan agar barang penjualan dapat memenuhi target.

## **Persepsi Harga**

Paduan penjualan yang berdampak pada penentuan penghasilan yang diperoleh perusahaan dan dipengaruhi oleh variabel seperti iklan, penyebaran barang ke pelanggan, dan mutu barang itu sendiri disebut dengan harga (Tjiptono, 2008). Dari perspektif pemasaran, harga adalah salah satu unit pengukuran, beserta produk dan jasa lain yang diinginkan agar mendapatkan hak kuasa atas produk dan jasa tersebut.

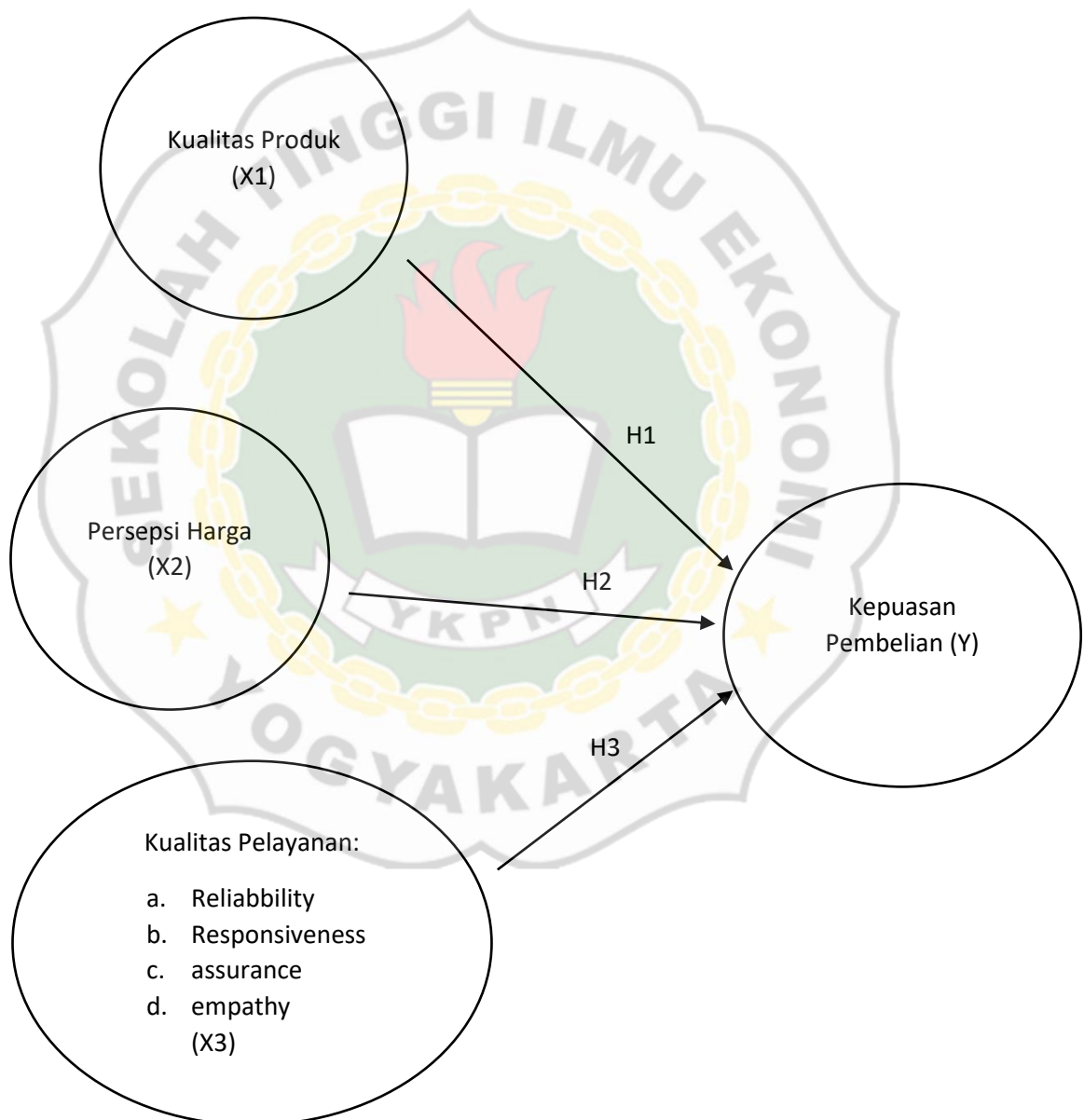
## **Kualitas Pelayanan**

Kualitas layanan difokuskan terhadap usaha pemuasan keperluan beserta keinginan pelanggan, dan keakuratan penyampaian agar terjadi keseimbangan keinginan pelanggan. Model layanan jasa dari perusahaan dapat dilihat dari faktor kecepatan,

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

koneksi, kelancaran beserta keahlian dari cara bertingkah laku dan kepribadian saat melakukan servis ke pelanggan.

## Kerangka Berpikir Teoritis





# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Jenis Variabel

## Uji Validitas

Bermanfaat mengetahui tingkat kevalidan indikator-indikator pada variabel angket. Karena angket bisa dinyatakan tingkat kevalidannya jika *question* dari angket dapat mengungkapkan perihal analisa dari angket. *Validity test* terhadap penelitian ini menggunakan analisis faktor, suatu pertanyaan atau pernyataan dianggap valid ketika memenuhi nilai diatas 0,5 dan loading factor (comonent matrix) yang dihasilkan dapat memenuhi aturan pengujian yaitu  $>0,5$  sehingga bisa dinyatakan bahwa hasil pengujian sampel tersebut adalah valid. Pengujian menggunakan alat SPSS (Sugiyono, 2017).

## Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan guna mengukur suatu ketepatan instrumen yang bagian dari variabel untuk bebas dari bias sehingga akan mendapatkan hasil yang konsisten. Karena suatu kuesioner dapat dikatatakan reliebel atau handal jika jawaban dari seseorang mengenai pernyataan dapat konsisten terus menerus. Pengujian akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS Cronbach Alha. Aturan nilai dalam pengukuran Cronbach Alpha sebagai berikut (Sugiyono, 2017):

**Tabel 3.4 Cronbach Alpha**

Cronbach Alpha	Keterangan
$<0,21$	Kurang reliable
$0,21 - 0,40$	Agak reliable
$0,41 - 0,60$	Cukup reliable
$0,61 - 0,80$	Reliable
$>0,81$	Sangat reliable

Sumber: (Sugiyono, 2017)

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk membuktikan apakah data variabel independen dan dependen yang dihasilkan pada model regresi yang memiliki pola berdistribusi normal atau tidak normal. Data penelitian dapat dinyatakan berdistribusi dengan normal apabila hasil dari uji *Kolmogorov Smirnov* diatas tingkat signifikan (*sig*) sebesar 0,05 (Sugiyono, 2017).

## Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independen atau tidak terjadi gejala multikolineritas. Dasar pengambilan kesimpulan dari hasil uji multikolinearitas ini yaitu apabila nilai *tolerance* lebih tinggi dari  $>0,10$  atau nilai VIF lebih rendah dari  $<10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas (Sugiyono, 2017).

## Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini yaitu apabila nilai signifikansi (*sig*) lebih dari  $>0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Asumsi yang baik dalam model regresi pada uji ini yaitu tidak terjadinya heteroskedastisitas (Sugiyono, 2017).

## Uji Deskriptif

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Analisis deskriptif ini dilakukan guna mengetahui jawaban responden terhadap variabel kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian. Mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap masing-masing variabel yang dikelompokkan dalam satu kategori skor yang akan digunakan untuk rentang skala (Sugiyono, 2017).

## Uji Model (Uji F)

Uji F ini digunakan guna mengukur ketepatan fungsi dari regresi sampel dalam mengukur nilai aktual yaitu variabel bebas dapat menjelaskan atau berpengaruh terhadap variabel terkait (Sugiyono, 2017). Kriteria pengujian adalah:

- a.  $H_0$  disetujui bila  $F_{hitung} \leq F$  atau  $\text{sig. } F \geq \alpha (0,05)$
- b.  $H_0$  tidak diterima bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $\text{sig. } F < \alpha (0,05)$

## Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.  $R^2$  memproyeksikan seberapa besar bagian dari total variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Apabila nilai  $R^2$  semakin tinggi maka bagian akumulasi terkait ragam komponen *dependent variable* akan berpengaruh pada *variable independent* sehingga perihal yang perlu dipaparkan juga bertambah banyak (Sugiyono, 2017).

## Uji T

Uji T digunakan guna mengukur bagaimana berpengaruhnya variabel bebas secara parsial terhadap variabel terkait (Sugiyono, 2017). Rumus hipotesis dalam uji T:

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- a.  $H_0 : \beta_i \leq 0$  = artinya mutu barang, taksiran biaya, beserta mutu servis tidak berdampak (+) dan tidak adanya relevansi terkait rasa senang konsumen.
- b.  $H_1 : \beta_i \geq 0$  = artinya mutu barang, taksiran biaya, beserta mutu servis berdampak (+) dan adanya relevansi terkait rasa senang konsumen



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **Analisis Data**

### **Karakteristik Responden Penelitian**

Jumlah data yang digunakan pada penelitian sebanyak 146 responden. Namun, saat melakukan uji normalitas terjadi kendala pengujian tidak normal yang terjadi adanya 32 jawaban responden yang extreme, sehingga hanya didapat 114 total jawaban responden. Menunjukkan jenis kelamin laki-laki memiliki jumlah terbesar yaitu sebesar 58,2%, sedangkan sisanya yaitu perempuan sebesar 41,8%. Akumulasi narasumber pada riset menunjukkan usia 21 – 30 tahun memiliki jumlah terbesar yaitu 67,8%, usia 31 – 40 tahun memiliki persentase 27,4%, usia kurang dari 20 tahun memiliki persentase 2,4%, usia lebih dari 40 tahun 2,1%. Akumulasi narasumber pada riset menunjukkan pekerjaan sebagai mahasiswa memiliki jumlah paling banyak dengan 40,2%, diikuti pekerjaan karyawan dengan 30,1%, serta pekerjaan wirausaha dengan persentase 21,2%. Akumulasi narasumber pada riset menunjukkan pendapatan/uang saku Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 memiliki jumlah paling banyak dengan 43,8%, pendapatan Rp <1.000.000 memiliki persentase 27,8%, dan pendapatan Rp 3.000.000 – Rp. 6.000.000 memiliki persentase 21,5%. Konsumen melakukan pembelian produk susu kedelai paling banyak lebih dari 5 kali dengan persentase 45,2%, untuk pembelian 1 – 2 kali memiliki persentase 28,1%, dan untuk 3 – 5 kali memiliki persentase 26,7%.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Uji Instrumen

### Uji Validitas

#### 1. Kualitas Produk

**Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk**

Variabel	Kode Pernyataan	Sig (2-tailed)	Keterangan
<b>Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)</b>	KP1	0	Valid
	KP2	0	
	KP3	0	
	KP4	0	
<b>Sumber : Data Primer, 2021</b>			

#### 2. Persepsi Harga

**Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga**

Variabel	Kode Pernyataan	Sig (2-tailed)	Keterangan
<b>Persepsi Harga (X<sub>2</sub>)</b>	PH1	0	Valid
	PH2	0	
	PH3	0	
<b>Sumber : Data Primer, 2021</b>			

#### 3. Kualitas Pelayanan

##### a) Reliability

**Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan**

**(Elemen Reliability)**



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabel	Kode Pernyataan	Sig (2-tailed)	Keterangan
Reliability (X <sub>3</sub> )	R1	0	Valid
	R2	0	
	R3	0	

Sumber : Data Primer, 2021

b) Responsiveness

**Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan  
(Elemen Responsiveness)**

Variabel	Kode Pernyataan	Sig (2-tailed)	Keterangan
Responsiveness (X <sub>3</sub> )	Re1	0	Valid
	Re2	0	
	Re3	0	

Sumber : Data Primer, 2021

c) Assurance

**Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan  
(Elemen Assurance)**

Variabel	Kode Pernyataan	Sig (2-tailed)	Keterangan
Assurance (X <sub>3</sub> )	As1	0	Valid
	As2	0	
	As3	0	

Sumber : Data Primer, 2021

d) Empathy

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan  
(Elemen Empathy)**

Variabel	Kode Pernyataan	Sig (2-tailed)	Keterangan
Empathy (X <sub>3</sub> )	E1	0	Valid
	E2	0	
	E3	0	

Sumber : Data Primer, 2021

## 4. Kepuasan Pembelian

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pembelian**

Variabel	Kode Pernyataan	Sig (2-tailed)	Keterangan
Kepuasan Pembelian (Y)	KPb1	0	Valid
	KPb2	0	
	KPb3	0	
	KPb4	0	
	KPb5	0	

Sumber : Data Primer, 2021

## Uji Reliabilitas

**Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's alpha ( $\alpha$ )	Keterangan
Kualitas Produk	0.655	Reliable
Persepsi Harga	0.679	Reliable
Reliability	0.675	Reliable
Responsiveness	0.613	Reliable

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

<b>Assurance</b>	0.683	Reliable
<b>Empathy</b>	0.646	Reliable
<b>Kepuasan Pembelian</b>	0.708	Reliable

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

**Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas**

Model	Sig (2-tailed)	keterangan
Unstandardized Residual	0.074	berdistribusi normal

Sumber: Data Primer, 2021

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF
<b>Kualitas Produk</b>	0.524	1.909
<b>Persepsi Harga</b>	0.469	2.13
<b>Reliability</b>	0.393	2.543
<b>Responsiveness</b>	0.433	2.309
<b>Assurance</b>	0.387	2.586
<b>Empathy</b>	0.589	1.698

### Uji Heteroskedastisitas

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Variabel	Sig
Kualitas Produk	0.058
Persepsi Harga	0.39
Reliability	0.065
Responsiveness	0.407
Assurance	0.062
Empathy	0.694

Uji Model

Uji F

Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan F

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.731	6	1.455	26.506	.000 <sup>a</sup>
	Residual	5.929	108	.055		
	Total	14.659	114			

Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 <sup>a</sup>	.693	.680	.233

a. Predictors: (Constant), e, as, p, ph, re, r

**Uji Hipotesis**

**Uji Parsial (t)**

**Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (t)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.223	.380		.586	.559		
	Kualitas Produk	.076	.072	.078	1.047	.046	.675	1.482
	Persepsi Harga	.072	.076	.081	.945	.047	.510	1.961
	Reliability	.137	.089	.141	1.535	.008	.447	2.238
	Responsiveness	.162	.078	.181	2.084	.040	.498	2.009
	Assurance	.049	.087	.052	.558	.038	.438	2.286
	Empathy	.457	.064	.495	7.097	.000	.768	1.301

a. Dependent Variable: kpb

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## **Pembahasan**

### **Variabel Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Susu Kedelai Pak Miran**

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel ini berpengaruh positif signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pembelian produk susu kedelai Pak Miran. Oleh karena itu, hipotesis satu (H1) yang telah diteliti menunjukkan bahwa “kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pembelian” didukung. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melakukan penggunaan yang dimaksudkan, termasuk atribut seperti daya tahan, keandalan, akurasi, kenyamanan, operasi, dan pemeliharaan (Kotler, 2006).

### **Variabel Persepsi Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Susu Kedelai Pak Miran**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian. Artinya jika harga membaik, keputusan membeli akan meningkat. Perubahan kepuasan pembelian ini sejalan dengan perubahan persepsi harga. Sehingga hipotesis satu (H<sub>1</sub>) yang telah diteliti menyatakan “Terdapat pengaruh positif persepsi harga terhadap kepuasan pembelian” terdukung.

### **Variabel Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Susu Kedelai Pak Miran**

Hasil riset mengatakan adanya dampak positif dan tingkat signifikan yang baik dari komponen kualitas pelayanan. Perubahan kepuasan pembelian ini sejalan dengan



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga hipotesis satu ( $H_1$ ) yang telah diteliti menyatakan “Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian” terdukung.

Dalam variabel kualitas pelayanan dibagi menjadi empat elemen:

- a) Reliability: menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (reliability) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian.
- b) Responsiveness: menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (responsiveness) berpengaruh positif dan adanya signifikan pada kepuasan pembelian.
- c) Assurance: menunjukkan bahwa mutu servis (assurance) berdampak positif dan adanya signifikan pada kepuasan pembelian.
- d) Empathy: menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (empathy) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis mengenai bagaimana kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian produk susu kedelai Pak Miran dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pembelian produk susu kedelai Pak Miran. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk mengukur kepuasan konsumen.
2. Hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pembelian produk susu kedelai Pak

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Miran. Pandangan terkait biaya merupakan penetapan persepsi pembeli terkait mutu suatu barang.

Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian pada produk susu kedelai Pak Miran.

## Saran

Berdasarkan analisis deskripsi penelitian ini, variabel kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan dapat meningkatkan keputusan pembelian. Dengan demikian saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Dari hasil mengenai tanggapan responden didapatkan sebagian kurang menyukai kualitas produk yang diberikan terutama dari kemasan produk yang ditawarkan oleh susu kedelai Pak Miran. Dilihat dari keterangan tersebut disarankan kepada pihak pemilik produk susu kedelai lebih memperbaiki kemasan pada produk guna lebih meningkatkan kepuasan pembelian.
2. Dari hasil mengenai tanggapan responden didapatkan sebagian kurang menyukai kualitas pelayanan yang diberikan terutama dari elemen reliability. Pihak pemilik susu kedelai perlu lebih meningkatkan dalam hal penyampaian informasi yang lebih rinci mengenai produk tersebut. Sehingga konsumen bisa lebih percaya dan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR PUSTAKA

- Diputra, G. I. S., & Yoga, G. A. D. M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Indomarco Pratama Denpasar Bali. *Widya Manajemen*, 2(2), 69–80.  
<https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v2i2.908>
- Hanayati, H. (2021). *Pengaruh kesesuaian kualitas produk, kesesuaian harga produk dan kesesuaian kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen tahu umkm adn bambu apus pamulang.*
- Husein, U. (2002). *manajemen pemasaran.*
- Kenna, M. (1991). *relationship marketing.*
- Kotler. (2008). *manajemen pemasaran.*
- kotler, armstrong. (2006). *prinsip prinsip pemasaran.*
- Kotler, K. (2009). *manajemen pemasaran.*
- Kurniasari, D. (2019). *Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tempe giling cap melati pak man (. . .)*
- Mowen. (1995). *perilaku pelanggan.*
- Parasuraman. (1991). *marketing services.*
- Pramita, F. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan. *Hubungan Karakteristik Pengetahuan Dan Sikap Dengan Pemeriksaan Inspeksi Visual Asam Asetat (IVA) Pada Ibu Pasangan Usia Subur Di Puskesmas Talise*, 1(13), 69–83.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-*

*Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748.

<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p19>

Schnaar. (1991). *strategi superior customer services*.

Sugiyono. (2017). *metode penelitian kuantitatif*.

Tjiptono. (2008). *prinsip-prinsip pemasaran*.

Tjiptono. (2014). *prinsip-prinsip pemasaran*.

Wilson. (1988). *marketing management*.

Woodside. (1994). *service quality*.

Zeithaml. (2003). *service management*.

