

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA PRODUK KAPUR BAKAR PT. BANGUN ARTA  
MINERAL KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
2020**



Edit dengan WPS Office



Edit dengan WPS Office

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena hanya berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Kapur Bakar di PT. Bangun Arta Mineral Kabupaten Jember”** guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi program studi Manajemen Pemasaran pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.

Dengan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu dengan kerendahan hati perkenankanlah pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih serta hormat kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Setyo Budi, MS., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik
3. Anita Handayani, SE., M.SM., selaku Ka. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisniss Universitas Muhammadiyah Gresik
4. Roziana Ainul Hidayati, SE., M.Si., selaku pembimbing utama yang telah memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat dalam



penyelesaian skripsi ini.

5. Semua Dosen program studi Ekonomi Manajemen yang selama ini telaten membimbing penulis sampai tugas akhir skripsi ini.
6. Kepada orang tua yang telah memberikan doa restu, nasehat serta dorongan semangat yang sangat berarti bagi peneliti.
7. PT. Bangun Arta Mineral yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
8. Sahabat dan teman-teman Angkatan 2015 yang memberikan dorongan, semangat, serta melewati proses perkuliahan dengan suka dan duka Bersama peneliti.
9. Semua pihak yang terkait dalam pembuatan proposal penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Peneliti sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, sangat peneliti harapkan agar penyusunan skripsi ini akan menjadi lebih baik dan lebih sempurna.

Segala bentuk kepedulian yang telah diberikan kepada peneliti oleh semua pihak tersebut semoga mendapat imbalan yang layak dari Allah S.W.T. *Amin, amin, ya Robbal'Alamin.* Akhir kata peneliti berharap skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan dan semoga Allah S.W.T. senantiasa meninggikan derajat orang-orang yang berilmu.

Gresik, 06 Juli 2020



Edit dengan WPS Office

Peneliti



Edit dengan WPS Office

M. Hasan Bisry, 15.312.105, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Kapur Bakar di PT. Bangun Arta Mineral Kabupaten Jember, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, 02 Juli 2020

## Abstraksi

PT. Bangun Arta Mineral merupakan perusahaan tambang yang memproduksi kapur bakar, dimana mulai menjual produk kapur bakar pada bulan Juli 2018. Sumber utama untuk pememasangan mesin kiln guna membakar kapur yang diproduksi yakni dengan *petroleum coke* dengan jenis *green coke*, dimana *green coke* pembakarannya lebih merata dibandingkan dengan batubara. Penggunaan *green coke* lebih cepat proses pembakarannya daripada dengan kayu bakar yakni hasil kapur bakar membutuhkan waktu 1 jam berbanding dengan 14 hari. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kepuasan pelanggan PT. Bangun Arta Mineral dengan berdasarkan pada kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan sumber data dari kuisioner. Jumlah populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah semua pelanggan PT. Bangun Arta Mineral dengan sampel sebanyak 40 perusahaan.

Pada penelitian ini menggunakan uji instrumen yakni uji validitas dan uji reliabilitas. Pada uji validitas, semua variabel yakni variabel kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan dan tempat didapatkan hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yakni lebih dari 0,312. Pada uji reliabilitas, semua variabel didapatkan alpha  $> r_{alpha}$  yakni 0,7. Pada uji asumsi klasik, terdapat uji normalitas, multikolineritas dan heteroskedastisitas. Pada uji normalitas dengan Teknik pengujian *Kolmogrov-Smirnov*, diketahui hasil nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Sedangkan pada uji multikolineritas, diketahui nilai tolerance dan VIF masing-masing variabel independen memenuhi syarat, yakni  $> 0,10$  dan  $< 10$ . Pada uji heteroskedastisitas, dengan menggunakan uji *glejser*, diketahui nilai alpha sig. 2-tailed lebih dari 0,05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada penelitian ini, digunakan pengujian dengan regresi linier berganda dengan fungsi persamaan yang diperoleh:  $Y = 1,099 + 0,405X_1 + 0,299X_2 + 0,035X_3 + e$ . Pada analisis determinasi, diketahui bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel terikat Y, sebesar 46,6%, sedangkan 53,4% disebabkan faktor lain yang tidak terdapat dalam model ini. Pada uji hipotesis, yakni Uji t, variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, variabel persepsi harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial

terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** kapur bakar, kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan

M. Hasan Bisry, 15.312.105, **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Kapur Bakar di PT. Bangun Arta Mineral Kabupaten Jember, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, 2<sup>nd</sup> Juli 2020**

### **Abstract**

PT. Bangun Arta Mineral is a mining company that manufactures lime, which started selling lime products in July 2018. The main source for the kiln engine to burn the lime produced is petroleum coke with a type of green coke, where green coke combustion is more evenly distributed compared to coal. The use of green coke is faster than the combustion process with firewood, which is the result of lime burns takes 1 hour compared to 14 days. The purpose of this study was to determine the customer satisfaction of PT. Build Arta Mineral based on product quality, price perception and service quality. This study uses data sources from questionnaires. The total population used in this study were all customers of PT. Bangun Arta Mineral with a sample of 40 companies.

In this study using the test instrument that is the test of validity and reliability testing. In the validity test, all variables namely product quality, price perception and service quality and place obtained  $r_{count} > r_{table}$  that is more than 0.312. In the reliability test, all variables obtained  $\alpha > \alpha_{table}$  which is 0.7. In the classical assumption test, there are tests of normality, multicollinearity and heteroscedasticity. In the normality test with the *Kolmogorov-Smirnov* testing technique, it is known that the results of significant values greater than 0.05. While in the multicollinearity test, it is known that the tolerance value and VIF of each independent variable meet the requirements, namely  $> 0.10$  and  $< 10$ . In the heteroscedasticity test, using the glacier test, the alpha sig value is known. 2-tailed is more than 0.05, so there is no heteroscedasticity.

In this study, testing using multiple linear regression with the equation function obtained:  $Y = 1.099 + 0.405X_1 + 0.299X_2 + 0.035X_3 + e$ . In the analysis of determination, it is known that the variables of product quality, price perception and service quality are able to explain the dependent variable Y, amounting to 46.6%, while 53.4% is caused by other factors not included in this model. In the hypothesis test, namely the t test, product quality variables have a significant effect partially on purchasing decisions, price perception variables have a significant effect on

purchasing decisions and service quality variables have no significant effect on purchasing decisions.

**Keywords:** burnt lime, product quality, price perception, service quality





## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
 BAB I: PENDAHULUAN .....	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan Penelitian .....	13
1.4. Manfaat Penelitian .....	13
 BAB II: TINJAUAN PUSTAKA .....	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	15
2.2. Landasan Teori .....	21
2.2.1. Kepuasan Pelanggan .....	21
2.2.2. Kualitas Produk .....	25
2.2.3. Persepsi Harga .....	27
2.2.4. Kualitas Pelayanan .....	29
2.2.5. Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan .....	31
2.2.6. Hubungan Antara Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan .....	32
2.2.7. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan .....	33
2.3. Hipotesis .....	34
2.4. Kerangka Konseptual .....	34
 BAB III: METODE PENELITIAN .....	
3.1. Pendekatan Penelitian .....	35
3.2. Lokasi Penelitian .....	35
3.3. Populasi dan Sampel .....	35
3.3.1. Populasi .....	35
3.3.2. Sampel .....	36
3.4. Identifikasi dan Definisi Oprasional Variabel .....	37

3.5. Pengukuran Data.....	39
3.6. Jenis dan Sumber Data.....	39
3.6.1. Jenis Data.....	39
3.6.2. Sumber Data.....	39
3.7. Teknik Pengambilan Data.....	40
3.8. Uji Instrumen Penelitian.....	40
3.8.1. Uji Validitas.....	40
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	41
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.3.1. Uji Normalitas.....	44
3.8.3.2. Uji Multikolinieritas.....	45
3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.9. Teknik Analisis Data.....	46
3.10. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	46
3.11. Uji Hipotesis.....	47
3.11.1. Uji t (Uji Parsial).....	47
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI</b>	
4.1. Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	49
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.1.2. Gambaran PT. Bangun Arta Mineral di Kabupaten Jember.....	50
4.2. Tanggapan Responden.....	50
4.2.1. Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	52
4.2.2. Persepsi Harga ( $X_2$ ).....	54
4.2.3. Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ).....	55
4.2.4. Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).....	57
4.3. Uji Instrumen.....	59
4.3.1. Uji Validitas.....	59
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	60
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4.1. Uji Normalitas.....	61
4.4.2. Uji Multikolinieritas.....	62
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.5. Analisis Data.....	63
4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
4.5.2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	65
4.6. Uji Hipotesis.....	66
4.6.1. Uji t.....	66
4.7. Interpretasi Hasil Analisis.....	67
<b>BAB V: SIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
1. Simpulan.....	71
5.2. Rekomendasi.....	71
5.2.1. Bagi Aspek Manajerial.....	72

5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	76



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Status Pengiriman PT. Bangun Arta Mineral.....	8
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	17
<b>Tabel 4.1 Tanggapan Responden.....</b>	<b>51</b>
Tabel 4.2 Tanggapan dan Penilaian Responden Kualitas Produk $X_1$ .....	52
Tabel 4.3 Tanggapan dan Penilaian Responden Persepsi Harga $X_2$ .....	54
Tabel 4.4 Tanggapan dan Penilaian Responden Kualitas Pelayanan $X_3$ .....	55
<b>Tabel 4.5 Tanggapan dan Penilaian Responden Kepuasan Pelanggan <math>Y</math>.....</b>	<b>57</b>
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	59
Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	61
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Normalitas Instrumen Penelitian.....	61
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Multikolineritas Instrumen Penelitian.....	62
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Heteroskedastisitas Instrumen Penelitian.....	62
Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	65
<b>Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji Hipotesis (Uji t).....</b>	<b>66</b>



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Proses Pembakaran Kapur PT. Bangun Arta Mineral .....	7
Gambar 1.2 Prosentase Perbandingan Semester 1 dan Semester 2 PT. Bangun Arta Mineral.....	11
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	34



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Status Pengiriman PT. Bangun Arta Mineral

Lampiran 2 Data Pelanggan PT. Bangun Arta Mineral

Lampiran 3 Surat Ijin Penelitian Skripsi Permohonan Data

Lampiran 4 Surat Konfirmasi Ijin Penelitian Skripsi

Lampiran 5 Kuisioner Penelitian

Lampiran 6 Rekapitulasi Kuisioner

Lampiran 7 Tabel Nilai Korelasi

Lampiran 8 Tabel Titik Prosentase Distribusi

Lampiran 9 Hasil *Output* SPSS



M. Hasan Bisry, 15.312.105, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Kapur Bakar di PT. Bangun Arta Mineral Kabupaten Jember, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, 02 Juli 2020

## Abstraksi

PT. Bangun Arta Mineral merupakan perusahaan tambang yang memproduksi kapur bakar, dimana mulai menjual produk kapur bakar pada bulan Juli 2018. Sumber utama untuk pememasangan mesin kiln guna membakar kapur yang diproduksi yakni dengan *petroleum coke* dengan jenis *green coke*, dimana *green coke* pembakarannya lebih merata dibandingkan dengan batubara. Penggunaan *green coke* lebih cepat proses pembakarannya daripada dengan kayu bakar yakni hasil kapur bakar membutuhkan waktu 1 jam berbanding dengan 14 hari. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kepuasan pelanggan PT. Bangun Arta Mineral dengan berdasarkan pada kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan sumber data dari kuisioner. Jumlah populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah semua pelanggan PT. Bangun Arta Mineral dengan sampel sebanyak 40 perusahaan.

Pada penelitian ini menggunakan uji instrumen yakni uji validitas dan uji reliabilitas. Pada uji validitas, semua variabel yakni variabel kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan dan tempat didapatkan hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yakni lebih dari 0,312. Pada uji reliabilitas, semua variabel didapatkan alpha  $> r_{alpha}$  yakni 0,7. Pada uji asumsi klasik, terdapat uji normalitas, multikolineritas dan heteroskedastisitas. Pada uji normalitas dengan Teknik pengujian *Kolmogrov-Smirnov*, diketahui hasil nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Sedangkan pada uji multikolineritas, diketahui nilai tolerance dan VIF masing-masing variabel independen memenuhi syarat, yakni  $> 0,10$  dan  $< 10$ . Pada uji heteroskedastisitas, dengan menggunakan uji *glejser*, diketahui nilai alpha sig. 2-tailed lebih dari 0,05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada penelitian ini, digunakan pengujian dengan regresi linier berganda dengan fungsi persamaan yang diperoleh:  $Y = 1,099 + 0,405X_1 + 0,299X_2 + 0,035X_3 + e$ . Pada analisis determinasi, diketahui bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel terikat Y, sebesar 46,6%, sedangkan 53,4% disebabkan faktor lain yang tidak terdapat dalam model ini. Pada uji hipotesis, yakni Uji t, variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, variabel persepsi harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial

terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** kapur bakar, kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan

M. Hasan Bisry, 15.312.105, **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Kapur Bakar di PT. Bangun Arta Mineral Kabupaten Jember, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, 2<sup>nd</sup> Juli 2020**

### **Abstract**

PT. Bangun Arta Mineral is a mining company that manufactures lime, which started selling lime products in July 2018. The main source for the kiln engine to burn the lime produced is petroleum coke with a type of green coke, where green coke combustion is more evenly distributed compared to coal. The use of green coke is faster than the combustion process with firewood, which is the result of lime burns takes 1 hour compared to 14 days. The purpose of this study was to determine the customer satisfaction of PT. Build Arta Mineral based on product quality, price perception and service quality. This study uses data sources from questionnaires. The total population used in this study were all customers of PT. Bangun Arta Mineral with a sample of 40 companies.

In this study using the test instrument that is the test of validity and reliability testing. In the validity test, all variables namely product quality, price perception and service quality and place obtained  $r_{count} > r_{table}$  that is more than 0.312. In the reliability test, all variables obtained  $\alpha > r_{alpha}$  which is 0.7. In the classical assumption test, there are tests of normality, multicollinearity and heteroscedasticity. In the normality test with the *Kolmogorov-Smirnov* testing technique, it is known that the results of significant values greater than 0.05. While in the multicollinearity test, it is known that the tolerance value and VIF of each independent variable meet the requirements, namely  $> 0.10$  and  $< 10$ . In the heteroscedasticity test, using the glacier test, the alpha sig value is known. 2-tailed is more than 0.05, so there is no heteroscedasticity.

In this study, testing using multiple linear regression with the equation function obtained:  $Y = 1.099 + 0.405X_1 + 0.299X_2 + 0.035X_3 + e$ . In the analysis of determination, it is known that the variables of product quality, price perception and service quality are able to explain the dependent variable Y, amounting to 46.6%, while 53.4% is caused by other factors not included in this model. In the hypothesis test, namely the t test, product quality variables have a significant effect partially on purchasing decisions, price perception variables have a significant effect on

purchasing decisions and service quality variables have no significant effect on purchasing decisions.

**Keywords:** burnt lime, product quality, price perception, service quality





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Status Pengiriman PT. Bangun Arta Mineral

Lampiran 2 Data Pelanggan PT. Bangun Arta Mineral

Lampiran 3 Surat Ijin Penelitian Skripsi Permohonan Data

Lampiran 4 Surat Konfirmasi Ijin Penelitian Skripsi

Lampiran 5 Kuisioner Penelitian

Lampiran 6 Rekapitulasi Kuisioner

Lampiran 7 Tabel r Nilai Korelasi

Lampiran 8 Tabel Titik Prosentase Distribusi t

Lampiran 9 Hasil *Output* SPSS



