

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi kasus Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta)

**SKRIPSI**



**OLEH  
SETYANI  
NPM. 12133200011**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA  
2016**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

( Studi kasus Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta)

**SKRIPSI**



Diajukan kepada  
Universitas PGRI Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

**Oleh :**

**SETYANI**

**NPM. 12133200011**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA  
2016**

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Minimarket Pujomart Samigaluh, Kulonprogo, Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan di Minimarket Pujomart Gerbosari, Samigaluh, Kulonprogo, Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 91 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan ditemui peneliti yang dipandang cocok bisa dijadikan subjek. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dengan model skala likert.

Berdasarkan hasil penelitian variabel harga ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh dari hasil perhitungan nilai  $t_{hitung} = 2,465$  dan nilai P value sebesar 0,016. Nilai P value sebesar 0,016 lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan nilai  $t_{hitung} = 5,401$  dan P value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Secara simultan variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan nilai  $F_{hitung} = 31.760$  dari nilai Pvalue sebesar 0,000. Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai  $R^2 = 40,6\%$  variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ), sedangkan sisanya 59,4% ( $100\% - 40,6\%$ ) dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan

## ABSTRACT

*This research aims to discover the influence of price and service quality in consumer satisfaction in Pujomart Minimarket Samigaluh, Kulonprogo, Yogyakarta.*

*The research was conducted in Pujomart Minimarket Gerbosari, Samigaluh, Kulonpogo, Yogyakarta. Samples in this research are 91 respondents taken by using accidental sampling, a technique of selecting samples based on accidental meeting between the researcher and subjects considered fit for the purpose. Data collection relies on questionnaires with likert scale model.*

*According to the result of the research price variable ( $X_1$ ) has positive and significant influence on consumer satisfaction ( $Y$ ), shown by the result of calculation  $t_{calc} = 2,465$  and  $P$  value  $0,016$ . The  $P$  value as much as  $0,016$  is less than  $0,05$  which means that price variable ( $X_1$ ) significantly influences consumer satisfaction ( $Y$ ). Service quality variable ( $X_2$ ) has positive and significant influence on consumer satisfaction ( $Y$ ). This is evident in the calculation result of  $t_{calc} = 5,401$  and  $P$  value  $0,000$  which less than  $0,05$  and means that service quality variable ( $X_2$ ) significantly influences consumer satisfaction ( $Y$ ). Simultaneously, price variable ( $X_1$ ) and service quality variable ( $X_2$ ) have positive influence on consumer satisfaction ( $Y$ ). This can be seen in the calculation result of  $F_{calc} = 31.760$  from  $P$  value  $0,000$ . The analysis outcome of coefficient determination ( $R^2$ ) result in  $R^2 = 40,6\%$ , of consumer satisfaction variable ( $Y$ ) is influenced by price variable ( $X_1$ ) and service quality ( $X_2$ ), while the rest  $59,4\%$  ( $100\% - 40,6\%$ ) is under influence of other unknown variable not researched in this study.*

*Keywords: price, service quality, and consumer satisfaction*

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

( Studi kasus Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta)



Yogyakarta, 16 Maret 2016

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Endang Tri Wahyuni".

(Dra. Endang Tri Wahyuni, M.M)

NIS. 19580607 199503 2 001

## PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

# PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

( Studi kasus Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta)

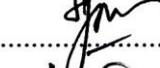
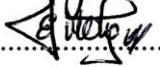
Oleh:

**SETYANI**

**NPM. 12133200011**

Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada Tanggal 22 Maret 2016  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

Nama	Tanda tangan	Tanggal
Ketua : Hari Purnama, S.E., M.M		24-03-2016
Sekretaris : Arista Natia A, S.E., M.BA		24-03-2016
Penguji I : Lilik Siswanta, S.E., M.M		24-03-2016
Penguji II : Dra. Endang Tri Wahyuni, M.M		24-03-2016

Yogyakarta, 22 Maret 2016

Fakultas Ekonomi

Universitas PGRI Yogyakarta



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Setyani  
No. Mahasiswa : 12133200011  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Kepuasan Pelanggan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan pekerjaan saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau hasil pemikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, dikenakan sanksi tergantung dari berat ringannya tindakan plagiasi yang dilakukan. Sanksi dapat berupa perbaikan skripsi dan ujian ulang, melakukan penelitian baru, atau pencabutan ijazah S1.

Yogyakarta, 22 Maret 2016

Yang membuat pernyataan,



SETYANI

NPM. 12133200011

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO:

- “Andaikan kebenaran itu menurut hawa nafsu mereka, maka binasalah langit dan bumi dan semua yang ada di dalamnya”  
(Q.S. Al-Mu'minun :71)
- “Wahai orang-orang yang beriman, bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu”  
(Q.S Ali-Imron : 200)
- “Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada keringanan. Karena itu bila kau sudah selesai (mengerjakan yang lain). Dan berharaplah kepada Tuhanmu”  
(Q.S. Al-Insyirah : 6-8).

### PERSEMBAHAN:

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak Wiryotaruno & Ibu Rusminah, kedua orang tua ku yang sangat aku cintai.
2. Kakak-kakak ku tersayang Mas Barno, Mbak Sari, Mas Rinto, Mbak Ndandik, Mbak Tini, dan dua keponakan ku Gandhis dan Kinan.
3. Sahabat-sahabat ku Etik, Siwi, Siam, Juli, Sifa, Atika, Lia, Nia, Tuti, Okqy, Siti, Bondan, Wahyu, Rifqy, dll.
4. Almamaterku.

## **KATA PENGANTAR**

Atas berkah dan rahmat Allah SWT, maka skripsi ini dapat penulis selesaikan. Penulisan Skripsi ini merupakan kewajiban dan sebagai tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.

Penulis sangat berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Buchory MS, M.Pd. Rektor Universitas PGRI Yogyakarta yang telah memberikan izin dalam penelitian dan menyelesaikan skripsi
2. Hari Punama, S.E, M.M. Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin dalam penyusunan skripsi
3. Lilik Siswanta, S.E, M.M Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi
4. Dra. Endang Tri Wahyuni, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik
5. Bapak / Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu selama masa studi saya
6. Bapak / Ibu Pimpinan Minimarket Pujomart yang telah memberikan izin penelitian sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik
7. Kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini
8. Sahabat-sahabat saya yang senantiasa memberikan motivasi selama masa studi saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu

9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, untuk itu saran dan kritik yang membangun masih sangat diharapkan penulis.

Yogyakarta, 22 Maret 2016

Penulis

Setyani

NPM. 12133200011

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ivv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Hasil Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	9
A. Kajian Teori .....	9
1. Harga .....	9
2. Kualitas Pelayanan .....	17
3. Kepuasan Pelanggan.....	21
B. Penelitian Terdahulu.....	32
C. Kerangka Berpikir .....	33
D. Perumusan Hipotesis .....	35

BAB III	METODE PENELITIAN .....	36
	A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
	B. Variabel Penelitian.....	36
	C. Objek dan Subjek Penelitian.....	37
	D. Sumber Data .....	37
	E. Teknik Pengambilan Sampel .....	38
	F. Metode Pengumpulan Data.....	40
	G. Definisi Operasional Variabel .....	41
	H. Uji Instrumen .....	44
	I. Analisis Data Dan Uji Hipotesis.....	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	51
	A. Deskriptif Data.....	51
	1. Profil Responden .....	52
	2. Hasil Uji Instrumen .....	55
	3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	59
	B. Analisis Data.....	61
	1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
	2. Uji Hipotesis .....	63
	C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	66
BAB V	SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN .....	69
	A. Simpulan.....	69
	B. Implikasi .....	70
	C. Saran .....	71
	DAFTAR PUSTAKA .....	72
	LAMPIRAN.....	74

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jumlah pelanggan yang datang belanja pada Minimarket Pujomart periode januari 2016 .....	38
Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	54
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung .....	54
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	56
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	57
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 11. Kriteria Penilaian Kategori .....	59
Tabel 12. Hasil uji Regresi Linier Berganda .....	62
Tabel 13. Hasil Analisis Uji t .....	63
Tabel 14. Hasil Analisis Uji F .....	65
Tabel 15. Hasil Analisis Uji R dan R2 .....	65
Tabel 16. Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	66

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Berpikir .....	34

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Balasan
- Lampiran 3 : Daftar Kuesioner
- Lampiran 4 : Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5 : Hasil Frequencies Profil Responden
  - a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
  - b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
  - c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan
  - d. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung
  - e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
- Lampiran 6 : Data Tabulasi Uji Coba Kuesioner 30 Responden
- Lampiran 7 : Hasil Uji Coba Validitas Variabel Harga
- Lampiran 8 : Hasil Uji Coba Validitas Variabel Kualitas Pelayanan
- Lampiran 9 : Hasil Uji Coba Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan
- Lampiran 10 : Hasil Uji Coba Reliabilitas Variabel Harga
- Lampiran 11 : Hasil Uji Coba Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan
- Lampiran 12 : Hasil Uji Coba Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan
- Lampiran 13 : Data Tabulasi Kuesioner 91 Responden
- Lampiran 14 : Hasil Uji Partial (Uji t)
- Lampiran 15 : Hasil Uji Simultan (Uji F)
- Lampiran 16 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran merupakan sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi *stakeholder* (pelanggan, karyawan, dan pemegang saham). Sebagai ilmu, marketing merupakan ilmu pengetahuan yang obyektif yang diperoleh dengan penggunaan instrumen-instrumen tertentu untuk mengukur kinerja dari aktivitas bisnis membentuk, mengembangkan, mengarahkan pertukaran yang saling menguntungkan dalam jangka panjang antara produsen dan konsumen atau pemakai. Sebagai strategi bisnis, marketing merupakan tindakan penyesuaian organisasi yang berorientasi pasar dalam menghadapi kenyataan bisnis baik dalam lingkungan mikro maupun lingkungan makro yang terus berubah (Ali Hasan, 2014:1). Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen membuat perusahaan harus memahami perilaku dan memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen. Pasar sekarang berubah sangat cepat, pelanggan sangat sensitif terhadap harga, kompetitor baru bermunculan, saluran distribusi baru dan saluran komunikasi baru juga semakin canggih. Internet, *teleconference* dan

teknologi yang mendukung pasar menjadi pendukung bangkitnya otomasi pemasaran dan penjualan.

Usaha kecil dan menengah atau disingkat UKM adalah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Presiden RI No. 99 Tahun 1998 pengertian usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. UKM adalah tulang punggung ekonomi Indonesia, jumlah UKM hingga tahun 2011 mencapai sekitar 52juta. UKM di Indonesia sangat penting bagi ekonomi karena menyumbang 60% dari PDB dan menampung 97% tenaga kerja. Tetapi akses ke lembaga keuangan sangat terbatas, hanya 25% atau 13juta pelaku UKM yang mendapat akses ke lembaga keuangan. Pemerintah Indonesia, membina UKM melalui dinas koperasi dan UKM, di masing-masing provinsi atau kabupaten/kota (dikutip dari Wikipedia Ensiklopedia Bebas).

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok di pasar. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Menurut Walton (2004:17) harga dan kualitas memiliki

pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan berpikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Penetapan harga adalah permasalahan nomor satu yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran, dan banyak perusahaan tidak menangani penetapan harga dengan baik. Salah satu masalah yang sering timbul adalah perusahaan terlalu cepat menurunkan harga untuk mendapatkan penjualan daripada meyakinkan pembeli bahwa produknya bernilai lebih layak dihargai tinggi. Harga yang ditetapkan di minimarket Pujomart tidak jauh beda dengan minimarket lain. Jika harga yang ditetapkan pada minimarket Pujomart lebih rendah dari minimarket lain, maka pelanggan akan tertarik dan tetap berberlanja di sini.

Selain harga, kualitas pelayanan merupakan faktor lainnya yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Aset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Karena itu tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan. Konsep menjual atau penjualan memusatkan perhatian pada kebutuhan penjual, konsep pemasaran pada kebutuhan pembeli. Penjual yang memusatkan perhatian pada kebutuhan pelanggan, dengan memadukan semua

kegiatan yang akan mempengaruhi pelanggan dan menghasilkan laba melalui kegiatan pelayanan fokus terhadap kepuasan pelanggan. Apabila pelayanan tidak menjadi prioritas utama maka akan mengakibatkan gagalnya penjualan produk atau jasa sehingga menurunkan segi profitabilitas.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba di masa yang akan datang, menjadi pemicu upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Persaingan bisnis semakin tajam, preferensi dan perilaku pelanggan berubah, teknologi informasi berkembang dengan cepat mendorong organisasi bisnis untuk lebih fokus menanggapi kepuasan pelanggan untuk menjamin pengembangan dan keberlanjutan bisnis. Di saat persaingan semakin ketat, produsen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menawarkan berbagai jenis produknya, dampaknya konsumen memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar menawar konsumen semakin besar, yang mendorong setiap perusahaan harus menempatkan orientasinya pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya.

Sebuah perusahaan yang memahami bagaimana pelanggan/konsumen akan bereaksi terhadap berbagai bentuk produk, harga, iklan, maka perusahaan tersebut akan lebih baik dari perusahaan-perusahaan yang menjadi pesaingnya. Rangsangan dari luar yang terdiri dari dua komponen yaitu pemasaran dan lingkungan. Rangsangan pemasaran meliputi: produk,

harga, tempat, dan promosi, sedangkan rangsangan lingkungan meliputi: ekonomi, teknologi, politik, dan kebudayaan. Para pemasar membutuhkan informasi mengenai para konsumennya dan keterampilan khusus untuk menganalisis dan menginterpretasikan informasi tersebut. Kebutuhan ini berkontribusi pada pengembangan perilaku konsumen sebagai bidang studi spesifik dalam pemasaran. Jika pemasar tahu bagaimana perilaku konsumen saat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, maka pemasar dapat memenuhinya dan pelanggan akan merasa puas jika kebutuhan dan keinginan mereka terpenuhi.

Saat ini hampir seluruh wilayah telah didirikan minimarket, dalam satu kecamatan tidak hanya satu minimarket. Para pengusaha semakin melihat peluang dalam suatu wilayah untuk mendirikan minimarket sehingga persaingan semakin ketat dan lebih banyak pesaing yang bergerak dalam bidang ini. Pemilik minimarket harus meningkatkan kepuasan pelanggan agar tidak berbelanja di minimarket lain dengan meningkatkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Minimarket Pujomart beralamat di Gerbosari, Samigaluh, Kulonprogo, Yogyakarta. Minimarket ini salah satu dari 5 minimarket yang ada di kecamatan samigaluh. Pelanggan yang berbelanja di miminarket ini cukup banyak daripada minimarket lain karena memiliki lokasi yang strategis yaitu tepat di samping kantor kecamatan Samigaluh dan Polsek Samigaluh. Lokasi yang mudah di cari dan terletak di pinggir jalan raya membuat konsumen memutuskan untuk berbelanja di minimarket ini. Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi

di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta)**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Sesudah melakukan studi pendahuluan di Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta, penulis mengamati bahwa permasalahan-permasalahan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga. Disamping itu, kualitas produk, persaingan, lokasi, dan emosional pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. pengusaha semakin dituntut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperbaiki faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berbelanja di Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta. Pelanggan di minimarket Pujomart akan mendapatkan potongan harga (discount) untuk pelanggan yang mempunyai kartu member Pujomart.

## **C. Pembatasan Masalah**

Dalam hal ini peneliti ingin membatasi permasalahan penelitian pada Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta.

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta?

2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta.

#### **F. Manfaat Hasil Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang permasalahan yang dikaji serta dapat dijadikan media untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh melalui perkuliahan, terutama dalam mengidentifikasi masalah, menganalisis situasi dan mengadakan penelitian formal, diharapkan pula dapat

membangkitkan minat dan semangat peneliti lainnya untuk melakukan riset dengan variabel yang lebih banyak lagi.

## 2. Bagi Pihak Minimarket

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dan masukan bagi perusahaan untuk menyusun keputusan pemecahan masalah yang dihadapi maupun sebagai pemikiran strategi jangka panjang terutama dalam bidang pemasaran yang berhubungan dengan dimensi harga dan kualitas pelayanan.

## 3. Bagi Pihak Universitas PGRI Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan penelitian untuk menambah literatur penelitian tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.