

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK , PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KONVEKSI GM SPORT “**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen Pada Prodi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Nusantara PGRI Kediri



OLEH:

**NAUVAL HELMIANTO**

NPM: 2012010015

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2024**

HALAMAN JUDUL

Skripsi oleh:  
**NAUVAL HELMIANTO**  
NPM: 22012010015

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN KONVEKSI GM SPORT**

Telah Disetujui untuk diajukan kepada  
**Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 02-07-2024

Dosen Pembimbing I



**Dr. Subagyo, M.M.**

NIDN. 0717066601

Dosen Pembimbing II



**Moch. Wahyu Widodo, M.M.**

NIDN. 0721088505

Skripsi Oleh:  
**NAUVAL HELMIANTO**  
NPM : 2012010015

Judul:  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KONVEKSI GM SPORT**  
Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada Tanggal: 10 Juli 2024  
**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji :

Ketua : Dr. Subagyo, M.M.  
Penguji I : Dr. Diah Ayu Septi Fauji, M.M.  
Penguji II : Moch. Wahyu Widodo, M.M.



Mengetahui,  
Dekan FEB  
  
  
**Dr. Amin Tohari, M.Si.**  
NIDN. 0715078102

## **PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama	: NAUVAL HELMIANTO
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Tempat/Tgl Lahir	: Kediri, 25 Oktober 2001
NPM	: 2012010015
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, .....2024

Yang Menyatakan

**Nauval Helianto**

NPM. 2012010015

## **MOTTO**

Allah memang tidak menjanjikan bahwa kehidupan ini akan mudah. Tetapi, dua kali Allah berjanji bahwa:

“Fa inna ma’al-usri yusra, inna ma’al-usri yusra”

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah:5-6)

## **ABSTRAK**

**Nauval Helmianto:** Pengaruh Kualitas, Pelayanan Harga terhadap kepuasan pelanggan Konveksi GM SPORT Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024

Kata Kunci : Kualitas Produk , Pelayanan , Harga , Pelanggan Konveksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan konveksi GM Sport. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif digunakan adalah penelitian asosiatif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan konveksi GM Sport. Sampel ditentukan 96 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS for windows versi 25. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk, pelayanan dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan konveksi gm sport. Selain itu, kualitas produk, pelayanan dan harga secara simultan mengalami pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan konveksi gm sport.

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas, Pelayanan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya.
2. Dr. Zainal Afandi, M.Si selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
3. Dr. Amin Tohari, M.Si. dan Dr. Faisol, M.M. selaku Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
4. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
5. Dr. Subagyo, M.M selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan waktunya serta arahan dan motivasi kepada penulis dengan sabar.
6. Moch. Wahyu Widodo, M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan waktunya serta arahan dan motivasi kepada penulis dengan sabar.
7. Orang tua penulis Yunus Budi Santoso, Ibu Tri Yulianti yang telah mendoakan, mendukung dan memenuhi pendidikan saya serta mendidik saya selama ini dengan sabar dan tulus. Terimakasih atas doa, cinta, kepercayaan dan segala bentuk yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman penulis yang mendoakan, mendukung, membantu dan menghibur hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Semua pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah membantu kelancaran dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki. Penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Kediri, .....2024

Yang Menyatakan

**Nauval Helianto**

NPM. 2012010015



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
A. Kajian Teori.....	9
B. Kajian Penelitian Terdahulu .....	22
C. Kerangka Berfikir.....	24
D. Kerangka Konseptual.....	26
E. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Variabel Penelitian .....	28
B. Pendekatan Dan Teknik Penelitian.....	30
C. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	30
D. Populasi Dan Sampel .....	31
E. Instrumen Penelitian Dan Pengolahan Data .....	32
F. Sumber Dan Langkah Langkah Pengumpulan Data.....	36
G. Teknik Analisis Data.....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	43
B. Deskripsi Data Variabel .....	46
C. Analisis Data .....	56

<b>D. Hasil Uji Hipotesis .....</b>	<b>62</b>
<b>E. PEMBAHASAN .....</b>	<b>64</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>68</b>
<b>A. SIMPULAN.....</b>	<b>68</b>
<b>B. SARAN.....</b>	<b>69</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>27</b>
<b>Gambar 4. 1 struktur organisasi konveksi GM SPORT .....</b>	<b>44</b>
<b>Gambar 4. 2 Hasil Uji Normal Probability Plots .....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedasitas Grafik Scatterplots .....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>22</b>
<b>Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Kuesioner .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 3. 3 Skor Pertanyaan Kuesioner .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Pembeli .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4. 3 Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4. 4 Deskripsi Data Variabel Pelayanan .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4. 5 Deskripsi Data Variabel Harga .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4. 6 Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pelanggan .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4. 7 Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4. 8 Uji Autokorelasi .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4. 10 Hasil Koefisien Determinasi .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 4. 11 Hasil Uji-t Parsial.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4. 12 Hasil Uji-F .....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....</b>	<b>74</b>
<b>Lampiran 2 PERNYATAAN KUESIONER .....</b>	<b>75</b>
<b>Lampiran 3 Data Mentah Kuesioner .....</b>	<b>79</b>
<b>Lampiran 4 Hasil Output Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....</b>	<b>91</b>
<b>Lampiran 5 Hasil Output Uji Validitas Kualitas (X1) .....</b>	<b>92</b>
<b>Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas Pelayanan (X2) .....</b>	<b>97</b>
<b>Lampiran 7 Output Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3).....</b>	<b>100</b>
<b>Lampiran 8 Hasil Output Uji Reliabilitas.....</b>	<b>101</b>
<b>Lampiran 9 Hasil Output Uji Normalitas.....</b>	<b>102</b>
<b>Lampiran 10 Hasil Output Uji Heterokedastisitas .....</b>	<b>103</b>
<b>Lampiran 11 Hasil Output Uji Autokorelasi .....</b>	<b>104</b>
<b>Lampiran 12 Hasil Output Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>105</b>
<b>Lampiran 13 Hasil Output Uji T (Parsial).....</b>	<b>106</b>
<b>Lampiran 14 Hasil Output Uji F (Simultan) .....</b>	<b>107</b>
<b>Lampiran 15 Hasil Output Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>) .....</b>	<b>108</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Usaha konveksi adalah sebuah perusahaan yang beroperasi dalam industri konveksi, khususnya dalam pembuatan pakaian olahraga dan pakaian casual. Berdasarkan data statistik dari kementerian perindustrian (2018) pada perkembangan nilai produksi industri besar dan menengah Indonesia bahwa pencapaian trend yang dialami sektor industri pakaian jadi (konveksi) dari tekstil untuk periode empat tahunan pada tahun 2010 – 2013 yaitu Pencapaian trend positif dari industri konveksi khususnya produk pakaian jadi tersebut diperkirakan nantinya akan mengalami peningkatan dari tahun-ke tahun, hal ini menjadi daya tarik para pelaku bisnis untuk berlomba-lomba membuka usaha dibidang konveksi.

Fokus utama usaha konveksi yaitu produksi pakaian dengan desain yang berkualitas untuk keperluan olahraga dan casual memproses kain sebagai bahan baku utamanya menjadi produk seperti pakaian. Pada usaha konveksi terdapat beberapa kegiatan antara lain yaitu proses pemotongan sesuai dengan keinginan pelanggan , proses bordir / sablon, proses menjahit, proses finishing (merapikan), melakukan pemasangan kancing. Proses di dalam usaha konveksi merupakan proses yang berkesinambungan, oleh karena itu pada usaha konveksi diperlukan *quality control* agar produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan pelanggan. Dalam lingkungan yang kompetitif, kepuasan pelanggan adalah cara menciptakan keuntungan yang berkelanjutan. Banyak hal dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas layanan, kualitas produk, harga, citra merek, dan promosi yang terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam jangka panjang (Delima, A., Ashary, H. M., & Usman, 2019).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang yang dirasakan oleh pelanggan setelah membeli dan menggunakan produk atau jasa. Kepuasan yang dirasakan konsumen akibat dari pelayanan yang diberikan bisa memberikan dorongan untuk menjalin hubungan yang baik sehingga timbul rasa kepercayaan. Kepuasan konsumen akan tercipta apabila suatu perusahaan memberi pelayanan yang baik. Hal ini menjadi evaluasi subjektif yang dilakukan oleh pelanggan terhadap sejauh mana produk atau jasa memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen sangat penting dalam bisnis karena dapat memiliki dampak langsung pada kesetiaan pelanggan, reputasi merek, dan kesuksesan jangka panjang perusahaan. Dalam beberapa tahun terakhir ini, kepuasan konsumen menjadi isu yang utama dalam suatu organisasi bisnis, hal ini dikarenakan perusahaan menganggap kepuasan dapat mempengaruhi ingatan pelanggan dan pangsa pasar yang ada. Tercapainya tujuan organisasi secara efektif apabila konsumen merasa puas dan berpotensi akan loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan banyak hal dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas layanan, kualitas produk, harga, citra merek, dan promosi yang terbukti berpengaruh positif terhadap ke“ kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan “. Sedangkan menurut Tjiptono ( 2015 : 146 ) “ kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja ( hasil ) suatu produk dengan harapan – harapannya.

Kualitas merupakan salah satu cara dan usaha dalam mempertahankan mutu dari suatu produk yang dihasilkan, agar sesuai dengan spesifikasi atau standar produk yang ditetapkan oleh perusahaan . Kualitas produk adalah sebuah kemampuan pada perusahaan yang memiliki fungsi seperti daya tahan, keunggulan atau keandalan, serta kemudahan dalam operasi dan perbaikan. Jika suatu produk memiliki kualitas yang baik maka kebutuhan serta keinginan konsumen dapat dipenuhi. Kualitas suatu produk mengandung berbagai tujuan, baik itu tujuan produsen maupun

tujuan konsumen. Kualitas produk merupakan suatu strategi penting dalam meningkatkan daya saing produk yang memberi kepuasan kepada konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Pulumbara, G. F., F. Latief, n.d.) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan hasil penelitian (Pulumbara, G. F., F. Latief, n.d.) ” *The Influence of Brand Image and Product Quality on Musical Instrument Purchase Decisions*” yang menyatakan bahwa kualitas produk akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan sangat penting dalam era globalisasi sekarang ini, terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Kualitas pelayanan dapat memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan (Hariyanto 2022). (Hariyanto, 2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang



dalam pemasaran. Dalam proses jual beli harga menjadi salah satu bagian terpenting, karena harga adalah alat tukar dalam transaksi. Harga adalah sejumlah nilai atau uang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat harga yang telah menjadi faktor penting mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam negara miskin, namun faktor nonharga telah menjadi penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa 10 tahun (Meithiana Indrasari, 2019)

Gm Sport merupakan usaha konveksi yang berlokasi di Jalan Plk gg4, Dsn Bangi, Ds Kayenlor Kec. Plemahan Kab Kediri, Jawa Timur. Usaha ini masuk dalam kategori usaha menengah. Gm Sport melayani penjualan dalam partai besar dengan pasar utamanya adalah masyarakat yang memesan untuk baju sebuah partai atau grub. Berdasarkan hasil wawancara usaha konveksi ini menghadapi permasalahan kualitas produk yaitu salah satu faktor utama pemasar dalam menjual sebuah barang. Produk biasanya dijual belikan apabila produk tersebut sudah mempunyai jual yang lebih yang tidak dimiliki oleh pesaing sehingga perusahaan harus melakukan pengembangan produk yang terus menerus. harga suatu produk, agar produk memiliki harga tersendiri.

Biasanya perusahaan menciptakan produk yang berbeda beda dan harganya pun biasanya menyesuaikan dengan produk tersebut. kualitas pelayanan yang baik sangat berpengaruh dalam dunia usaha. Setiap pelanggan yang datang pastinya akan senang jika mendapatkan pelayanan yang baik dan harga yang berdampak dalam pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu. Harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan *market share* yang dapat dicapai perusahaan. produk produk yang dikomplain dari konsumen dimana produk tersebut harus dilakukan rework ataupun reject selain itu perusahaan juga belum melakukan identifikasi faktor penyebab dari kualitas, pelayanan dan harga yang diterima oleh konsumen yang dialami selama ini dalam lingkungan yang kompetitif, berinvestasi dalam kepuasan pelanggan adalah cara

menciptakan keuntungan yang berkelanjutan.

Banyak penelitian menyatakan bahwa variabel – variabel berpengaruh positif, demikian terdapat hasil penelitian tentang kualitas layanan , produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang berbeda. variabel kualitas produk berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk maka dapat mengakibatkan semakin menurunnya kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan Kualitas pelayanan merupakan variabel penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Nurjaya, 2016). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Sulistyorini & Rahardjo, 2018) mengatakan variabel persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut analisis tersebut semakin bagus persepsi harga maka tidak akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas dan dengan melihat pentingnya kualitas, pelayanan dan harga bagi pelanggan semakin meningkatnya kebutuhan yang bersifat perseorangan maupun bisnis industri konveksi dalam skala besar, maka dalam perkembangannya dalam industri konveksi untuk mendukung kelangsungan usaha supaya lebih berkembang maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Konveksi GM SPORT”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi Permasalahan sebagai berikut :

1. Kualitas produk yang ada masih terbatas atau kurang memenuhi harapan pelanggan sehingga dapat menyebabkan kekecewaan.
2. Kualitas pelayanan yang diterima pelanggan Konveksi GM Sport tidak konsisten, dikarenakan pihak Konveksi GM Sport kurang fast respon dalam menanggapi pertanyaan.
3. Harga yang ditawarkan Konveksi GM Sport masih tergolong terlalu tinggi oleh pelanggan dibandingkan dengan nilai produk atau layanan yang diterima.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis memberikan batasan terhadap penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini :

1. Faktor faktor kepuasan pelanggan dipengaruhi kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga pada Konveksi GM Sport.
2. Batasan obyek penelitian adalah pelanggan Konveksi GM Sport.

## **D. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bisnis Konveksi GM Sport?
2. Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bisnis Konveksi GM Sport secara parsial?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Konveksi GM Sport ?
4. Apakah kualitas produk, pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh kepuasan pelanggan pada usaha Konveksi GM Sport?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, makatujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa signifikasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi GM Sport.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa signifikasi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi GM Sport.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa signifikasi pengaruh pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi GM Sport.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa signifikasi pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan harga secara Simultan terhadap kepuasan pelanggan konsumen GM Sport.

### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi akademik khususnya Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, dapat memperkaya pengetahuan dan penelitian yang ada dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

#### 2. Manfaat Praktis:

##### a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan dan masukan pertimbangan bisnis Konveksi GM Sport meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai peluang bagi mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan yang telah mereka peroleh selama masa pembelajaran, menambah pengalaman , serta melatih kemampuan dalam karya tulis ilmiah.

c. Bagi mahasiswa

Hasil penelitian ini akan berfungsi sebagai sumber referensi tambahan yang dapat digunakan oleh mahasiswa atau peneliti lain dalam penelitian dengan objek atau masalah serupa, atau sebagai bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(1), 38–49. <https://doi.org/10.37403/maker.v5i1.106>
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *Manajmen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)* (Fachrurazi, I. K. E. Mulyana, & D. E. Putri (eds.); pertama). Eureka Media Aksara, Januari 2023.
- D. Tresiya, D. Djunaidi, and H. Subagyo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri)," *JIMEK J. Ilm. Mhs. Ekon.*, vol. 1, no. 2, p. 208, 2019, doi: 10.30737/jimek.v1i2.310.
- David Garvin dalam buku fandy Tjiptono. (2016). *Kualitas produk memiliki delapan dimensi*.
- Delima, A., Ashary, H. M., & Usman, O. (2019). Influence of Service Quality, Product Quality, Price, Brand Image, and Promotion to Consumer Satisfaction Affecting on Consumer Loyalty (Online Shop). *Journal Economics*, 1(1), 1–15.
- Firman, A., Putra, A., Mustapa, Z., Ilyas, G., & Karim, K. (2020). Re\_conceptualization of business model for marketing nowadays: Theory and implications. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*. *The Journal Of Asian Finance, Economics and Bussiness*, 7(7), 279–291.
- Garvin, D. (2016). *Strategi Pemasaran* (Andi (ed.)). Andi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H. Hakim Hidajat and A. Momon Subagyo, "Analisis Pengendalian Kualitas Produk X Dengan Metode Six Sigma (DMAIC) Pada PT. XYZ," *J. Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. 8, no. 9, pp. 234–242, 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6648878>
- Hariyanto, Arief M Y, & Praja Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko F3 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(9), 1784–1795.

- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press*.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing Eight European Edition*. UK : Pearson.
- Kotler and Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip marketing edisi ke tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kristanto, J. O. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe One Eighteenth Coffee. *Agora*, 6(1), 1–11.
- Lestari, R. P., Subagyo, S., & Purnomo, H. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BAROKAH LAUNDRY. SIMPOSIUM NASIONAL MANAJEMEN DAN BISNIS (SIMANIS) dan Call for Paper, 2, 935-945.
- Latief, F., Sammaila, B., & Arfah, A. (2022). The Influence of Brand Image and Product Quality on Music Instrumen Purchase Decision. *Point of View Research Management*, 3(2), 121–133.
- Lemeshow, S., & David, J. (1997). *Besar sampel dalam penelitian kesehatan*. Gajah Mada University Press.
- Meithiana Indrasari. (2019). No Title. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, 25–116.
- Romzi, M. N. F., & Widodo, M. W. (2023, September). PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, SUASANA TOKO DAN KENYAMANAN BERBELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINIMARKET SULTHAN MART. In Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (Vol. 8, pp. 700-705).
- Pulumbara, G. F., F. Latief, and B. U. I. 2023. (n.d.). No Title. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman JR Tea*. *Manuver: Akuntansi Dan*.
- Pulumbara, G. F., & Latief, Ilham, B. U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman JR Tea. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 76–92.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sulistyorini, O. D., & Rahardjo, S. T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Kesesuaian Harga, Citra Merek Dan Kesadaran Merek Dalam Upaya Meningkatkan .... *Diponegoro Journal of* ....

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/21097%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/21097/19737>

Utomo, P., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(1), 40–60.

Virza Utama Alamsyah. (2020). *Analisa Pengaruh Entrepreneurial Education Terhadap Entrepreneurial Intention Dengan Menggunakan Fintech Adoption Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Jurusan Bisnis-Manajemen*.

Wulandari, Z. P., Mulyati, A., & Tjahjono, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1), 1–14.