

PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MDP IT & ELECTRONIC SUPERSTORE DI PALEMBANG

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi



Diajukan Oleh :

BUDI YANTO

NPM. 17.01.11.0044

F AKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG

2021

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : BUDI YANTO
Nomor Pokok Mahasiswa : 17.01.11.0044
Fakultas/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, KERAGAMAN
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA MDP IT & ELECTRONIC
SUPERSTORE DI PALEMBANG

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 04 April 2021 Pembimbing I 

Yunidar Erlina, SE, M.Si

NIDN : 0230066302

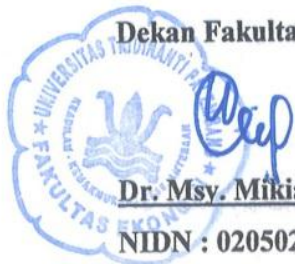
Tanggal 04 April 2021 Pembimbing II 

Yun Suprani, SE, M.Si

NIDN : 0207066701

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA, CSRS

NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen



Mariyam Zanariah, SE, M.M

NIDN : 0222096301

Motto :

Jangan katakan “Menyerah” saat kau belum mencoba, karena saat kau katakan hal tersebut sebelum berjuang itu artinya kau pun tidak pantas untuk mendapatkan keberhasilan yang sama seperti orang lain yang telah mencoba dan berjuang...

Kupersembahkan Kepada :

- *Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah memberikan dukungan dengan penuh rasa cinta kasih*
- *Para pendidiku yang saya hormati*
- *Teman-teman seperjuanganku yang telah banyak membantu selama ini*
- *Almamaterku*

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Budi Yanto

Nomor Pokok/NPM : 17.01.11.0044

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Jenjang Pendidikan : Strata I (S1)

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Kualitas
Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada MDP IT
& Electronic Superstore di Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya. Demikianlah, surat pernyataan bebas plagiat ini dibuat sebagai mana mestinya dan benar adanya.

Palembang, April 2021



Budi Yanto

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan penyusunan skripsi ini dengan baik sampai dengan selesai.

Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang. Adapun judul skripsi ini ialah : “PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MDP IT & ELECTRONIC SUPERSTORE DI PALEMBANG”. Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, dorongan dan juga bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu perkenankan penulis untuk menghaturkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu **Dr. Ir. Hj. Manisah, M.P.** selaku **Rektor Universitas Tridianti Palembang.**
2. Ibu **Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA, CSRS** selaku **Dekan Universitas Tridianti Palembang.**
3. Ibu **Mariyam Zanariah, SE., M.M** selaku **Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.**
4. Ibu **Yunidar Erlina, SE., M.Si** selaku **Dosen Pembimbing I** yang telah memberi bimbingan dan pengarahan selama masa studi.

5. Ibu **Yun Suprani, SE., M.Si** selaku **Dosen Pembimbing II** yang telah memberikan banyak bimbingan dan saran dalam penulisan penelitian ini.
6. **Bapak-bapak dan Ibu-ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang** yang telah mendidik dan mengajari penulis selama masa studi.
7. Bapak pimpinan **PT. Multi Data Palembang** beserta **Staff** yang telah bersedia memberikan data.
8. Semua pihak yang berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.
Semoga amal baik Bapak-bapak dan Ibu-ibu semua mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Sekian.

Palembang, April 2021



Budi Yanto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR.....	v-vi
DAFTAR ISI.....	vii-x
DAFTAR TABEL	xi-xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
RIWAYAT HIDUP	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1-8
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9-10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teoritis	11
2.1.1. Pengertian Harga	11-12
2.1.2. Cara Penetapan Harga	13-17
2.1.3. Indikator Harga	17-18

2.1.4. Pengertian Produk	18-19
2.1.5. Klasifikasi Produk	19-20
2.1.6. Keragaman Produk.....	20-21
2.1.7. Dimensi Keragaman Produk	21-22
2.1.8. Indikator Keragaman Produk	22-23
2.1.9. Kualitas Pelayanan	23
2.1.10. Indikator Kualitas Pelayanan	23-24
2.1.11. Kepuasan Pelanggan	24-25
2.1.12. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	25-26
2.2. Penelitian Lain Yang Relevan.....	27-28
2.3. Kerangka Berfikir.....	29
2.4. Hipotesis Penelitian.....	30
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.1.1 Tempat Penelitian	31
3.1.2 Waktu Penelitian.....	31-32
3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.2.1 Sumber Data.....	32-33
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3. Populasi, Sampel dan Sampling.....	35
3.3.1 Populasi.....	35-36
3.3.2 Sampel.....	36-37
3.3.3 Sampling	37-38

3.4. Rancangan Penelitian	38
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	38-40
3.6 Instrumen Penelitian.....	41-42
3.7 Uji Instrumen	42-44
3.8 Teknik Analisis Data.....	44
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	45-46
3.8.2 Koefisien Korelasi (R).....	46-47
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)	47-48
3.8.4 Uji Hipotesis Statistik.....	48-52
3.9 Sistematika Penulisan	52-53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaan Umum PT. Multi Data Palembang	54
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	54-56
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	56-57
4.1.3 Struktur Organisasi	57-58
4.2. Deskripsi Profil Responden.....	58-59
4.2.1 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Umur	59
4.2.2 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.2.3 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60-61
4.3. Deskripsi Data Penelitian	61
4.3.1 Deskripsi Variabel Harga.....	62-63
4.3.2 Deskripsi Variabel Keragaman Produk	63-65
4.3.3 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	65-66

4.3.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	66-68
4.4. Pembahasan dan Interpretasi	68
4.4.1 Uji Validitas	68-70
4.4.2 Uji Reliabilitas	70-73
4.4.3 Teknik Analisis Data.....	73-78
4.4.4 Uji Hipotesis Statistik	78-88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	89-90
5.2. Saran-saran.....	90-91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

\

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penjualan dan Target MDP IT & Electronic	6
Tabel 2.1 Penelitian Lain Yang Relevan	26-27
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	30-31
Tabel 3.2 Data Jumlah Pelanggan MDP IT & Electronic	34-35
Tabel 3.3 Definisi Operasional	39
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen.....	41
Tabel 3.5 Skala Penafsiran Nilai Indikator	45-46
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Umur	57
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Harga	59-60
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Keragaman Produk.....	61
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	64-65
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keragaman Produk	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	68
Tabel 4.13 Hasil Analisis Linier Berganda	70

Tabel 4.14 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	72
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi	73
Tabel 4.16 Uji F (ANOVA)	74
Tabel 4.17 Jumlah Penjualan dan Target MDP IT & Electronic	76
Tabel 4.18 Hasil Uji t Secara Parsial.....	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Multi Data Palembang.....	56

ABSTRAK

Budi Yanto. Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada MDP IT & Electronic Superstore di Palembang. (Dibawah bimbingan Ibu Yunidar Erlina, SE., M.Si dan Ibu Yun Suprani, SE., M.Si.)

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (2) Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (3) Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*, sebanyak 98 responden dengan teknik analisis kuantitatif menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan hasil uji secara simultan $\text{sig.F } 0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji secara parsial untuk variabel harga diperoleh $\text{sig.t } 0,253 > 0,05$ yang berarti variabel harga secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji secara parsial untuk variabel keragaman produk diperoleh $\text{sig.t } 0,000 < 0,05$ yang berarti variabel keragaman produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji secara parsial untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh $\text{sig.t } 0,000 < 0,05$ yang berarti variabel kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,674, hal ini berarti 67,4% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 32,4% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan atau tidak diteliti didalam penelitian ini.

RIWAYAT HIDUP

Budi Yanto, dilahirkan di kota Muara Enim pada tanggal 09 Mei 1994 dari Bapak Asan dan Ibu Elly, anak ke tiga dari empat bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2006 di SD Negeri 15 Muara Enim, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2009 di SMP Negeri 1 Muara Enim dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2012 di SMK Negeri 1 Muara Enim. Pada tahun 2017 memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Tridianti Palembang.

Pada Tahun 2010 pernah magang selama 3 bulan di Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Muara Enim, Pada tahun 2012 pernah bekerja selama 1 tahun di Nexus Computer sebagai marketing sales dan di tahun 2013 mulai bekerja di PT. Multi Data Palembang sebagai Staff marketing.

Palembang, April 2021

BY

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbicara seputar bisnis dan persaingan memang tidak terlepas dari keberhasilan perusahaan, selain itu perusahaan juga tidak akan berarti tanpa adanya pelanggan, jadi berbagai hal tersebut akan saling berkaitan satu sama lain (Wilujeng, 2015). Perkembangan dunia bisnis saat ini juga semakin dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhan mereka. Untuk menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif seperti saat ini, maka suatu perusahaan haruslah bisa memberikan nilai lebih berupa kepuasan pada para pelanggannya (Prasetio, 2012).

Dalam dunia usaha, baik yang berskala besar maupun yang berskala kecil pada berbagai jenis serta bentuk usaha akan memiliki dua tujuan pokok yaitu tujuan teknis dan tujuan ekonomis. Tujuan teknis dari setiap perusahaan yaitu bagaimana agar perusahaan bisa menghasilkan produk yang sesuai dengan selera pelanggan dan tujuan ekonomisnya adalah untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat memberikan harga yang baik, keragaman produk dan kualitas pelayanan

yang memuaskan, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan akan membawa dampak yang positif juga bagi perkembangan perusahaan.

Banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, salah satunya dengan memperhatikan faktor harga. Pada umumnya, pelanggan cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif murah. Jadi harga bisa dibilang merupakan salah satu bahan pertimbangan yang cukup penting bagi pelanggan untuk membeli produk pada suatu perusahaan.

Untuk mampu bersaing, perusahaan juga harus mampu menciptakan suatu peluang yang belum dilakukan oleh pesaingnya untuk bisa lebih maju agar tercipta suatu usaha yang memiliki nilai lebih ditengah-tengah terjadinya persaingan tersebut. Dengan harga yang disesuaikan berdasarkan kemampuan pelanggan serta tersedianya keragaman produk dan ditambah dengan kualitas pelayanan yang baik maka pelanggan dengan sendirinya juga akan merasa puas dalam membeli produk tersebut.

Selain harga yang relatif murah, keragaman produk juga sangat mempengaruhi minat pelanggan terhadap produk yang dijual suatu perusahaan. Perusahaan yang menjual produk yang beragam akan memberikan kemudahan bagi para pelanggan terutama dalam segi waktu karena tidak merepotkan pelanggan untuk beralih ke perusahaan lainnya saat ingin mencari produk lainnya ataupun produk pelengkap.

Apalagi dengan adanya kualitas pelayanan yang baik serta ramah dari para karyawan maka akan memberikan nilai positif dan membuat perusahaan lebih diingat di hati para pelanggannya. Artinya pelanggan akan lebih tertarik untuk membeli produk di suatu perusahaan jika harga yang ditetapkan lebih terjangkau dan didukung dengan keberagaman produk yang tersedia serta adanya kualitas pelayanan yang baik. Hal-hal tersebut juga akan mendukung terciptanya kepuasan bagi para pelanggan dengan sendirinya.

Kepuasan pelanggan merupakan konsep penting dalam konsep pemasaran dan telah menjadi bagian penting dalam tujuan sebagian besar perusahaan. Melihat tingginya kepentingan pada pemasaran, kepuasan pelanggan telah menjadi subjek dari berbagai penelitian yang dilakukan cukup gencar oleh perusahaan-perusahaan. Hal tersebut dilakukan, tidak lain untuk mengetahui apakah yang sebenarnya menjadi keinginan dari para pelanggan.

Orientasi dunia pemasaran saat ini juga telah mengalami perubahan dari *profit orientied* kepada *satisfied orientied*. Dimana setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan pelanggan. Menurut (Kotler, 2012) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan-perusahaan adalah bahwa mereka belum tentu mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh para pelanggannya. Contohnya jika kualitas produk lebih rendah dari

pada harapan maka pelanggan akan kecewa, namun jika ternyata sesuai harapan maka pelanggan akan puas dan jika ternyata melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas. Perasaan-perasaan tersebutlah yang akan menjadi penentu pelanggan membeli atau tidak membeli produk yang ditawarkan dan akan membicarakan hal-hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari produk tersebut dengan orang lain.

Dari sinilah perusahaan perlu memikirkan pentingnya pelanggan dipuaskan dengan memberikan harga, keragaman pilihan produk dan kualitas pelayanan yang baik. Artinya, perusahaan harus dapat memberikan kinerja yang sama atau melebihi harapan para pelanggan dengan tujuan untuk mendapatkan para pelanggan yang setia (loyal) sehingga memberikan manfaat yang tinggi dan berkelanjutan bagi perusahaan.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan terhadap perubahan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja produk yang dirasakan. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan dan keinginan pelanggan sehingga hal ini menyebabkan setiap perusahaan harus melakukan peninjauan pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama mereka, hal ini juga dapat dilihat dengan semakin banyaknya perusahaan yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan.

Perusahaan bisa mengetahui apakah pelanggannya sudah merasa puas melalui umpan balik yang diberikan oleh pelanggannya, seperti tetap setia menjadi pelanggan, membina hubungan baik, serta memberikan saran-saran dan berbagai informasi yang di dapat dari para pesaing. Sehingga bisa menjadi masukan untuk keperluan pengembangan dan peningkatan kinerja perusahaan.

Sebuah produk akan menjadi gagal apabila tidak bisa memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Namun usaha untuk memuaskan pelanggan sangatlah sulit dikarenakan persaingan yang begitu ketat dan perubahan lingkungan sosial juga akan mempengaruhi perilaku pelanggan serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi. Oleh sebab itu perusahaan harus mengupayakan berbagai hal untuk meningkatkan kepuasan para pelanggannya, bisa dengan menyesuaikan harga, menyediakan keragaman pilihan produk dan meningkatkan kualitas pelayanan perusahaannya.

MDP IT & Electronic Superstore adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan retail alat-alat Komputer dan elektronik yang telah berdiri sejak tahun 2011 dan dirintis oleh Bapak Alexander Kurniawan selaku pemilik perusahaan. Alat-alat komputer dan IT yang dijual di MDP IT & Electronic Superstore, diantaranya ada Laptop, Komputer Desktop, Printer, Aksesoris (Flashdisk, Harddisk, USB Hub, Mouse, Keyboard), Router wi-fi / Modem, UPS, Stabilizer, Kursi Gaming, CCTV, Projector, Monitor, Kamera, Smartphone dan lain-lain. Untuk alat-alat elektronik rumahnya juga tersedia seperti LED TV, Soundbar, AC, Kulkas, Mesin Cuci, Setrika, dan masih banyak lagi yang lainnya.

MDP IT & Electronic Superstore sendiri berlokasi di Jl. Jend Sudirman KM. 4, Polda Sumsel Palembang 30128. Meskipun di kota Palembang terbilang cukup banyak toko Komputer dan IT seperti Multikom, Bobby Komputer, Dempo Computer dan yang lainnya, namun MDP IT & Electronic Superstore tetap merupakan salah

satu tempat penjualan Komputer dan IT yang terbesar dan nomor 1 di kota Palembang.

Tabel 1.1
Jumlah Penjualan dan Target MDP IT & Electronic Superstore
Bulan Januari – November 2020

Bulan	Jumlah Penjualan	Target	%
Januari	Rp. 13.709.817.563	Rp. 16.000.000.000	85,7
Februari	Rp. 12.949.115.240	Rp. 16.000.000.000	80,9
Maret	Rp. 13.084.186.856	Rp. 16.000.000.000	81,8
April	Rp. 9.796.935.270	Rp. 16.000.000.000	61,2
Mei	Rp. 7.727.619.249	Rp. 16.000.000.000	48,3
Juni	Rp. 11.408.087.617	Rp. 16.000.000.000	71,3
Juli	Rp. 16.471.552.747	Rp. 16.000.000.000	102,9
Agustus	Rp. 14.827.469.150	Rp. 16.000.000.000	92,7
September	Rp. 15.977.807.753	Rp. 16.000.000.000	99,9
Oktober	Rp. 15.434.001.128	Rp. 16.000.000.000	96,5
November	Rp. 13.014.626.773	Rp. 16.000.000.000	81,3

Sumber : Data Penjualan MDP IT & Electronic Superstore

Berdasarkan Tabel.1.1 bisa dilihat persentase pencapaian penjualan di setiap bulannya sering mengalami penurunan dan peningkatan, namun jika dihitung dari rata-rata penjualan untuk periode Januari – November 2020 dapat diambil kesimpulan bahwa penjualan bulanan yang didapatkan seringkali tidak mencapai target yang sudah ditetapkan oleh MDP IT & Electronic Superstore di Palembang.

Untuk jenis pelanggan yang sering berbelanja di MDP IT & Electronic Superstore di Palembang bisa terbilang cukup bervariasi mulai dari orang dewasa, remaja sampai anak-anak yang berasal dari berbagai bagian seperti :

1. Corporate atau perusahaan yang sering melakukan pembelian untuk alat-alat kebutuhan kantor seperti komputer desktop, laptop, printer, UPS, stabilizer, projector, mesin penghancur kertas, mesin absensi dan lain-lain.
2. Remaja dan anak-anak sekolah yang sering melakukan pembelian untuk alat-alat kebutuhan sekolah tentunya, seperti laptop, printer, flash disk, hard disk, mouse, keyboard, software dan lainnya.
3. Masyarakat umum dan rumahan yang sering berbelanja Smartphone serta aksesoris-aksesoris seperti powerbank, kipas, kabel-kabel dan perlengkapan elektronik lainnya juga seperti TV, kulkas, AC dan lainnya.
4. Profesional seperti Fotografer, Konten Kreator, Gamers yang pastinya mencari alat-alat penunjang pekerjaan mereka seperti kamera, lensa, flash, monitor, laptop, speaker dan perlengkapan-perengkapan lainnya.

Kepuasan tidak akan pernah berhenti pada satu titik dan akan selalu dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti harga, keragaman produk, kualitas pelayanan

dan yang lainnya dengan harapan-harapan yang berkembang di benak konsumen. Jika kepuasan pelanggan terpenuhi itu berarti kinerja produk sesuai bahkan melebihi harapan dari para pelanggan itu sendiri dan hal ini akan berdampak baik untuk meningkatkan penjualan perusahaan serta akan menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ke dalam bentuk skripsi yang berjudul “PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MDP IT & ELECTRONIC SUPERSTORE DI PALEMBANG”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka permasalahan yang dirumuskan pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Bagaimana pengaruh keragaman produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan ?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian diharapkan mampu memberikan masukan dan informasi baru bagi perusahaan khususnya pengaruh harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada MDP IT & Elektronik Superstore di Palembang.

2. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu Manajemen Pemasaran serta mampu menerapkan ilmu dan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian serupa di masa yang akan datang dan diharapkan dapat dipakai sebagai informasi yang berguna bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi 1, Cetakan ke-7*. Depok: Rajawali Pers.
- Abdullah, T., & Tantri, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 77.
- Firmansyah, M. A., & Mochklas, M. (2018). Analisa Strategi Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Giras Di Surabaya. *Jurnal EKSEKUTIF Volume 15*, 281-295.
- Gunartik, & Nainggolan, N. P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Perpustakaan (Di Politeknik Negeri Batam). *Politeknik Negeri Batam*, 3(2), 29-39.
- Juanim. (2018). *Modul Praktika Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis, 2018*. Bandung: Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pasundan.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Edisi Keempat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. a. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Inc.,.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Marketing an introduction*. Indonesia: Perason.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran, Edisi 14 Jilid 1 dan 2 (terjemahan Bob Sabran)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

- Kurniawan, A. R. (2014). *Total Marketing*. Jakarta: PT. Buku Kita.
- Martono, N. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Askara.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 2-6.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks". *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 755-764.
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15.
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Tangerang: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cetakan Ke-28*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., Puspitawati, H., Hariadi, A., Ali, M. M., Gazali, M., Hartono, S., et al. (2013). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Edisi 1*. Yogyakarta: CV Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik (2th ed.)*. Yogyakarta: Andi.

- Widyastuti, T. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 233-240.
- Wijayanti, T. (2012). *Marketing Plan, perlukah?* Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wilujeng, S., & Mudzakkir, M. F. (2015). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Manajemen FEB Universitas Kanjuruhan Malang*, 93-94.