

ABSTRAKSI

CORRYANA. Pengaruh harga dan kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan BukuKita.com (Dibimbing oleh I'in Endang Mardiani).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan BukuKita.com.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan BukuKita.com yang berjumlah 100 responden. Adapun metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah dengan menggunakan metode Slovin, metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas uji coba kuesioner 30 responden, uji reliabilitas uji coba kuesioner 30 responden. Metode analisi data yang di gunakan adalah analisis regresi liner berganda menggunakan bantuan alat statistik. Hasil penelitian diperoleh, uji T menunjukan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, uji F menunjukan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan dengan hasil hitung sebesar 370,225 dengan signifikan 0,000, dan Koefisien Determinan sebesar 0,884, hal ini berarti 88,4% kepuasan pelanggan BukuKita.com di pengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 11,6% di pengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang di teliti seperti produk, promosi, lokasi, merk dan kepercayaan.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

CORRYANA. *Price and service quality on to customer satisfaction BukuKita.com (guided by I'in Endang Mardiani)*

This research aims to find out the impact of price and service quality to customer satisfaction BukuKita.com which amount to 100 respondents. As for the method use in sampling is by using slovin method, which is testing the validity of a test questionnaire 30 respondents, reliability test trial 30. The data analysist method is using multiple linear regressions by using statistic tools.

The results partially (t-test) show that price has significant influence to the customers' satisfaction. Service quality has significant influence to the customers' satisfaction. The simultaneous test (f-test) show that the price and service quality have significant influence to the customers satisfaction simultaneously with the calculations value of 370,225 and the significance is 0,000. The determination coefficient is 0,884, it means that 88,4% of the customers satisfaction at BukuKita.com are influenced by the price and service quality while the remaining of 11,6% is influenced by other variables those are being observed, like product, promotion, place, trust

Keywords: Price, Quality Service, and Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAKSI.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.5.2 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Harga	9
2.1.1Pengertian Harga	9
2.1.2 Indikator Harga.....	9
2.1.3 Strategi Penetapan Harga.....	10
2.1.4 Tujuan Penetapan Harga.....	11
2.1.5 Tahapan Penetapan Harga	12
2.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	14
2.2 Kualitas Pelayanan	15
2.2.1 Pengertian Kualitas.....	15
2.2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan	16
2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	16
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	17
2.3.1 Pengertian Kepuasan	17
2.3.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	18
2.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	18
2.3.4 Pengukuran kepuasan pelanggan.....	20
2.3.5 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3.6 Model Penelitian.....	24

BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Desain Riset.....	27
3.2 Jenis dan Sumber Data	27
3.2.1 Data Primer.....	28
3.2.2 Data Sekunder.....	28
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel	29
3.4 Unit Analisis	31
3.4.1 Uji Validitas.....	31
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.4.3 Skala Likert.....	34
3.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.5 Definisi Operasional Variabel	35
3.5.1 Variabel Independen.....	36
3.5.2 Variabel Dependen	37
3.5.3 Operasional Variabel	38
3.6 Teknik Analisis Data	40
3.6.1 Uji Parsial (T)	40
3.6.2 Uji Simultan (F).....	40
3.6.3 Koefisien Determinasi	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Analisis Karakteristik Responden	42
4.1.1 Karakteristik Responden.....	42
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian	45
4.2.1 Uji Validitas Data	45
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	50
4.3 Pengujian Hipotesis	50
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.3.2 Pengujian Variabel Bebas Secara Parsial (Uji T).....	52
4.3.3 Pengujian Variabel Bebas Secara Simultan (uji F)	54
4.3.4 Uji koefisien determinasi (R^2).....	55
4.4 Pembahasan hasil penelitian.....	56
4.5 Temuan Penelitian	60
4.6 Keterbatasan Penelitian	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Implikasi Penelitian	63
5.3 Saran	64

5.3.1 Saran untuk BukuKita.com.....	64
5.3.2 Saran untuk penelitian selanjutnya	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN - LAMPIRAN	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Buku Terjual di BukuKita.com bulan September – November 2015 .	3
Gambar 2.1 Gambar Model Penelitian.....	13
Gambar 2.2 Gambar Model Penelitian.....	24

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Buku Terjual di BukuKita.com	3
Tabel 1.2 Daftar Toko Buku Online Versi Alexa.com	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Kriteria Penilaian Realibilitas	34
Tabel 3.2 Skala Likert	34
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Pelanggan BukuKita.com.....	42
Tabel 4.2 Usia Pelanggan BukuKita.com	43
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Pelanggan BukuKita.com.....	43
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan Pelanggan BukuKita.com	44
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja BukuKita.com	44
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pendapat Pelanggan BukuKita.com	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Harga (X_1)	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_2)	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	48
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reabilitas	50
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji F	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi R^2	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Kuesioner	69
Lampiran 2 - Data Primer 2016 Tabulasi Sebanyak 30 Responden	73
Lampiran 3 – Hasil Uji Validitas 30 Responden	76
Lampiran 4 – Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden.....	79
Lampiran 5 - Kuesioner	82
Lampiran 6 - Data Primer 2016 Tabulasi Sebanyak 100 Responden	86
Lampiran 7 – Karakteristik Responden.....	96
Lampiran 8 – Hasil Uji Analisa Regresi Linier Berganda	98
Lampiran 9 – Hasil Uji Hipotesis	99
Lampiran 10 – Hasil Uji Determinan.....	100

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Sejak terjadinya krisis ekonomi tahun sembilan puluhan, terjadi perubahan trend pemasaran, dari pemasaran konvensional ke pemasaran *online*, jika sebelumnya konsumen membeli produk-produk *fashion*, *DVD*, *CD*, *VCD*, dan aksesoris di retail dan mall-mall yang terkenal, pada saat ini konsumen sudah mulai beralih ke transaksi *online shopping*.

Online shopping adalah pembelian yang dilakukan via internet sebagai media pemasarannya dengan menggunakan *website* sebagai katalog. Contoh dari *online shopping* antara lain: *ebay.com*, *amazon.com*, ada juga yang menawarkan *online shopping* melalui blog, forum jual beli seperti kaskus, dan media sosial seperti twitter, dan facebook dengan menawarkan beberapa produk seperti kaos, sepatu, hp dll.

Penjualan secara online atau *e-Commerce* memiliki kelebihan daripada penjualan secara manual. Selain itu juga mempermudah pemilik toko dalam memeriksa data dari hasil penjualan tersebut. Kehidupan manusia yang semakin praktis memicu pentingnya para penjual menggunakan situs *webonline* untuk meningkatkan mutu penjualan yang berbasis teknologi agar mampu bersaing dan

bertahan di dunia bisnis. Perubahan teknologi komunikasi yang sangat cepat dan mengglobal telah memberikan kesempatan para penjual yang lebih luas dan efisien.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok dipasar. 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.

Selain harga, kualitas pelayanan merupakan faktor lainnya yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap pelanggan, agar merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan factor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan pelanggan akan terwujud.

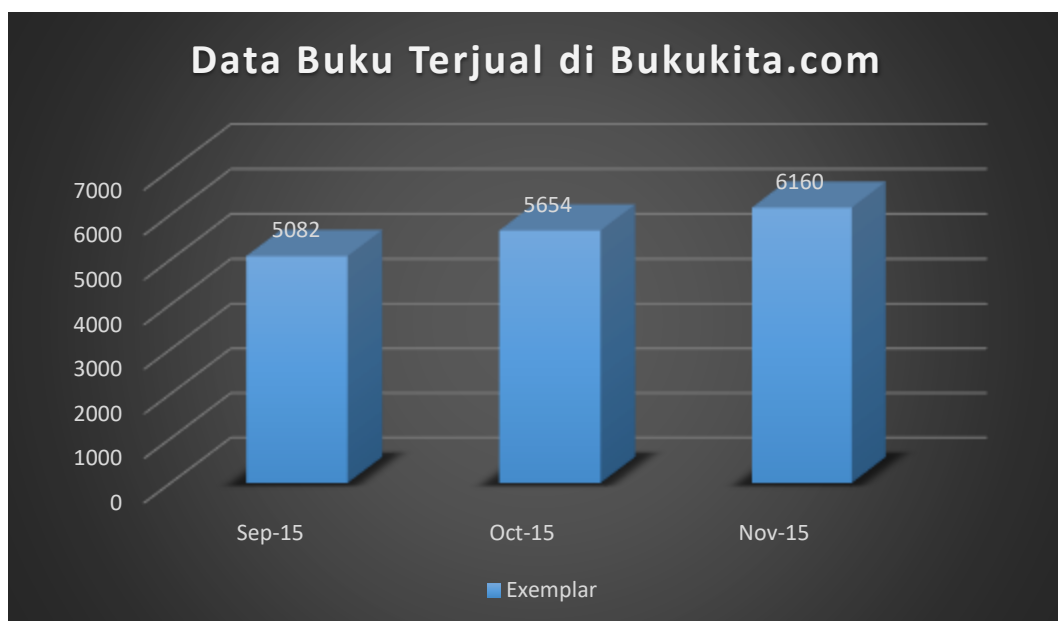
Perusahaan yang bertahan di era persaingan global seperti saat ini juga harus memperhatikan manfaat yang diperoleh pelanggan setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Sebab hal tersebut merupakan salah satu factor untuk bisa mengkaji tentang kepuasan pelanggan.

Jika ketiga aspek tersebut berjalan dengan baik, maka pelanggan akan merasa puas. Sebagai salah satu jenis bisnis yang sedang marak beberapa tahun belakangan ini adalah usaha dalam bidang online. Dunia *online shopping* tidak pernah berhenti, melainkan terus mengikuti perkembangan jaman.

Tabel 1.1
Data Buku Terjual di BukuKita.com bulan September – November 2015

Bulan-Tahun	Total Buku Terjual
Sep 2015	5082 Exemplar
Okt 2015	5654 Exemplar
Nov 2015	6160 Exemplar

Sumber: BukuKita.com Desember 2015



Sumber: Bukita.com Desember 2015

Gambar 1.1

Data Buku Terjual di BukuKita.com bulan September – November 2015

Dengan banyaknya persaingan pada pasar, maka perusahaan dituntut untuk mampu menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT.Mitra Online Perkasa (BukuKita.com).

PT. MITRA ONLINE PERKASA (BukuKita.com) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce* sejak tanggal 12 Juni 2007. BukuKita.com ini dapat menerima pemesanan selama 24 jam yang menyediakan buku-buku baru dan menyediakan layanan antar ke seluruh wilayah di Indonesia. BukuKita.com telah bekerja sama dengan lebih dari 180 Penerbit di seluruh Indonesia dan terus mengembangkan kerjasama dengan berbagai perusahaan untuk melengkapi produk yang dijual di BukuKita.com. BukuKita.com memiliki Misi, memberikan kualitas pelayanan terbaik bagi para pembaca, dan memiliki Visi ke depan, tidak hanya menjadi toko online terlengkap, namun sekaligus menjadi komunitas pencinta buku yang terbesar di Indonesia.

BukuKita.com memberikan harga yang sangat menarik untuk para pelanggannya, yaitu diskon 15% ke hampir semua buku yang di jual. Harga yang diberikan jauh lebih murah dibandingkan jika membeli buku di toko *offline* biasa. Jika kita berbelanja di toko buku *offline* biasa akan memberikan harga normal tanpa ada potongan harga. Hal ini tentu saja memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan BukuKita.com karena merasa beruntung mendapatkan harga buku yang murah dengan kualitas pelayan dan buku yang baik.

Pelanggan BukuKita.com telah mencapai 276.952 (<http://www.BukuKita.com> 10 Januari 2016). Orang dan terus bertambah dan telah melayani puluhan ribu pelanggan dan mengirimkan buku keseluruh wilayah di Indonesia. Berkat dukungan para pelanggan, BukuKita.com telah diakui dan bekerjasama dengan Google.com Asia Pacific dan berbagai perusahaan besar lainnya.

Berbicara masalah belanja buku, kini makin banyak bermunculan toko buku online di dunia maya. Kenapa? mungkin karena efisiensi yang menjadi pertimbangan banyak pembeli untuk membeli buku secara online. Sangat mudah sekali karena tinggal menuliskan judul bukunya, lalu melakukan pemesanan, setelah melakukan pembayaran, buku akan langsung diantar kerumah.

Saat ini ada 9 toko buku online di Indonesia berdasarkan *traffic* dari Alexa.com, yaitu:

Tabel 1.2
Daftar Toko Buku Online Versi Alexa.com
Toko Buku Online

-
- 1. BukuKita.com**
 - 2. Bukabuku.com**
 - 3. Belbuk.com**
 - 4. Kutukutubuku.com**
 - 5. Palasarionline.com**
 - 6. Amartapura.com**
 - 7. Kiosislami.com**
 - 8. Biobses.com**
 - 9. Anelinda-store.com**
 - 10. Cvalfabeta.com**
-

Sumber : alexa, Mei 2016

Toko buku *online* pesaing hadir dan mencoba menjadi pesaing untuk BukuKita.com, dengan tampilan yang lebih rapi dan katalog yang tak kalah lengkap dengan BukuKita, toko buku pesaing juga memberikan pelayanan yang baik dan penawaran diskon untuk menarik pelanggan.

Adanya hubungan antara harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di BukuKita.com membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan BukuKita.com”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas masalah masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Perkembangan teknologi memicu perubahan trend pemasan dari pemasaran konvensional ke pemasaran *online*, yang mengakibatkan berkurangnya penjualan *offline*.
2. Bermunculan toko buku online yang menjadi kompetitor BukuKita, mengakibatkan menurunnya omset BukuKita.com.
3. Banyaknya pilihan toko buku *online* mengakibatkan berkurangnya pelanggan BukuKita.com.

1.3 Pembatasan Masalah

Atas dasar masalah masalah di atas maka dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

Penelitian ini hanya membatasi tentang permasalahan mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di BukuKita.com.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BukuKita.com?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BukuKita.com?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan dapat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di BukuKita.com?
4. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BukuKita.com?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di BukuKita.com
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di BukuKita.com.
3. Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan BukuKita.com.
4. Untuk mengetahui Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BukuKita.com.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dalam hasil penelitian ini adalah hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Secara besar penelitian ini berguna bagi :

a. Bagi Penulis

Kegunaan penelitian ini bagi penulis yaitu untuk dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Esa Unggul.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap efektifitas dan efisiensi dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif.

c. Bagi pihak lain

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan untuk penulis, terutama dibidang pemasaran tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Harga

2.1.1 Pengertian Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh produk yang diinginkan. Dalam pengertian yang lebih luas harga adalah sejumlah pengorbanan yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk (Suharno dan Sutarso, 2010:178).

Menurut Michael J. Etzel dalam, harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang sebagai alat tukar. Sedangkan Indriyo Gitosudarmo berpendapat, harga adalah sejumlah yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa. Dan Kotler menyatakan, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu (Sunyoto, 2014:130-131).

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai dalam suatu uang yang dibebankan atau dikorbankan sebagai alat tukar untuk mendapatkan suatu produk tertentu, bisa berupa barang ataupun jasa.

2.1.2 Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:52) didalam variabel harga ada beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi :

1. Daftar harga,
2. Diskon,
3. Potongan harga,