

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI HARGA,
KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN
(Studi Kasus GSX Rider Independent Semarang (GRIDS))**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG**

2020



Skripsi Oleh:

NUR FUAD MUHAMMAD ZEIN

NIM : E2A016067

Judul

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI HARGA,
KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN**

(Studi Kasus GSX Rider Independent Semarang (GRIDS))

Telah disetujui untuk diajukan kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Univeristas Muhammadiyah Semarang

Pada Tanggal : 19 Maret 2020

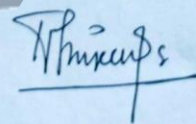
Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. Trivono, MM

NIP. 195902061986031003



Nurhayati, S.E., MM

NIP. 28.6.1026227

Skripsi Oleh:

NUR FUAD MUHAMMAD ZEIN

NIM: E2A016067

Judul

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI HARGA, KUALITAS
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN**

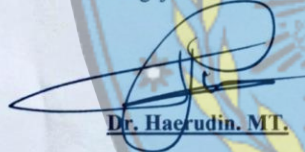
(Studi Kasus GSX Rider Independent Semarang (GRIDS))

Telah disetujui untuk diajukan kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang

pada Tanggal : 02 April 2020

Dewan Penguji

Penguji I



Dr. Haerudin. MT.

NIK. 28.6.1026.313

Penguji II



Setia Irvanto. SE. M.Si.

NIK. 28.1026.032

Mengetahui,

Keaprodi S1 Manajemen



Drs. Triyono, MM.

NIP. 195902061986031003

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI HARGA, KUALITAS
PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN
(Studi Kasus GSX Rider Independent Semarang (GRIDS))

Nur Fuad Muhammad Zein

E2A016067

Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Semarang

Email: fuadzein9@gmail.com

ABSTRACT

Increasing competition in the motorcycle industry requires a good marketing strategy in order to gain the interest of consumers to buy the products / services offered. The company does not only compete by providing the best products but also post-purchase services, because every consumer is no longer just buying a product, but also all aspects of services / products on the product from pre-purchase to maintenance during use, and until the consumer is no longer use the product again.

This study aims to determine the effect of price, product quality, service quality on customer satisfaction in the Semarang independent rider GSX community. The method used in this study is a quantitative method by collecting data using a questionnaire and observation. With sampling technique that is saturated sample with a sample of 58 respondents who are consumers / users of the Suzuki GSX 150. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The test results of the multiple linear coefficient of analysis are $Y = -5.191 - 0.30 X1 + 0.159 X2 + 0.824 X3$. The results of this test indicate that the price variable ($X1$) has a negative influence on

customer satisfaction, as evidenced by the regression coefficient of (-0.30) and the level of sig. amounted to $0.713 < 0.05$. Product quality (X2) has a positive influence and sig. on consumer satisfaction, evidenced by the results of the regression coefficient of 0.159 with the level of sig. in the amount of $0.007 < 0.05$. Service quality (X3) has a positive and significant influence on purchasing decisions, as evidenced by the results of a regression coefficient of 0.824 with a level of sig. of $0,000 < 0.05$. Price, product quality and service quality together have a positive and significant effect on customer satisfaction, as evidenced by the results of the F-test showing results of 81,106 with sig. $0,000 < 0.05$ and the coefficient of determination (R^2) of 0.808 or 80.8%.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality and Consumer Satisfaction.



ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat dalam industri sepeda motor menuntut adanya strategi pemasaran yang baik guna meraih minat konsumen untuk membeli produk/jasa yang ditawarkan. Perusahaan tidak hanya bersaing dengan memberikan produk yang terbaik akan tetapi juga pelayanan pasca pembelian, karena setiap konsumen tidak lagi sekedar membeli suatu produk, tetapi juga segala aspek jasa/pelayanan pada produk tersebut mulai dari sebelum pembelian sampai perawatan saat pemakaian, dan sampai konsumen sudah tidak memakai produk itu lagi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari harga, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada komunitas GSX rider independent Semarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu sampel jenuh dengan sampel sebesar 58 responden yang merupakan konsumen/pemakai Suzuki GSX 150. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian dari koefisien analisis linier berganda yaitu $Y = -5.191 - 0,30 X_1 + 0,159 X_2 + 0,824 X_3$. Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar (-0,30) dan taraf sig. sebesar $0,713 < 0,05$. Kualitas produk (X_2) mempunyai pengaruh positif dan sig. terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan hasil koefisien regresi sebesar 0,159 dengan taraf sig. sebesar $0,007 < 0,05$. Kualitas pelayanan (X_3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan

dengan hasil koefisien regresi sebesar 0,824 dengan taraf sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dari hasil uji –F yang menunjukkan hasil sebesar 81,106 dengan sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,808 atau 80,8%.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini, jumlah merek dan produk yang bersaing dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama (Kotler, 2005). Perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan, konsumen pada saat ini dan yang akan

datang.

Persaingan yang semakin ketat dalam industri sepeda motor menuntut adanya strategi pemasaran yang baik guna meraih minat konsumen untuk membeli produk/jasa yang ditawarkan. Perusahaan tidak hanya bersaing dengan memberikan produk yang terbaik akan tetapi juga pelayanan pasca pembelian, karena setiap konsumen tidak lagi sekedar membeli suatu produk, tetapi juga segala aspek jasa/pelayanan pada produk tersebut mulai dari sebelum pembelian sampai perawatan saat pemakaian, dan sampai konsumen sudah tidak memakai produk itu lagi.

Berkaitan dengan obyek penelitian, setelah sekian lama vakum dalam produksi motor *sport*, akhirnya pada tahun 2017 Suzuki mengeluarkan motor *sport* terbarunya, yang dinamakan Suzuki GSX 150. Suzuki GSX 150 adalah motor *sport fairing* bermesin 4 tak berkapasitas 150 cc. Motor GSX 150 merupakan pengembangan dari motor Suzuki satria F150 injeksi yang mayoritas menggunakan part yang hampir sama.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk yang

berkualitas dengan harga yang bersaing. Kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Selain ditinjau dari kualitas suatu produk, faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci keberhasilan.

Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik dan didukung dengan strategi penetapan harga yang mampu bersaing (kompetitif) tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen.

dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba.

KAJIAN PUSTAKA

Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:345) harga dapat didefenisikan secara sempit sebagai jumlah uang yang ditagih untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefenisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk memiliki

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:142), terdapat beberapa tujuan ditetapkannya harga suatu produk, antara lain: mencapai keuntungan, mencapai tingkat penjualan, mencapai pangsa pasar, menciptakan *good image* serta mengurangi persediaan produk.

Kualitas Produk

Produk merupakan inti dari sebuah kegiatan pemasaran karena produk merupakan output atau hasil dari salah satu kegiatan atau aktivitas perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar sasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Boetsh dan Denis yang dikutip oleh Tjiptono (2000:57): Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendapat di atas dapat dimaksudkan bahwa seberapa besar kualitas yang diberikan yang berhubungan dengan produk barang beserta faktor pendukungnya memenuhi harapan penggunanya. Dapat diartikan bahwa semakin memenuhi harapan konsumen, produk tersebut semakin berkualitas.

Kualitas produk Menurut Kotler dalam Arumsari (2012:44), kebanyakan produk disediakan pada satu diantara empat tingkatan kualitas, yaitu kualitas

rendah, kualitas sedang, kualitas baik dan kualitas sangat baik.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2011:180) kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Tjiptono dalam Sunyoto (2012) mengatakan bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan produk yang dipikirkan terhadap hasil nyata yang diharapkan (Kotler 2006:177). Jadi,

kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka konsumen tidak puas, Begitupun sebaliknya kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan puas.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan kuesioner. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu sampel jenuh dengan sampel sebesar 58 responden yang merupakan konsumen/pemakai Suzuki GSX 150.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dari penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, metode analisis diskriptif presentase, metode analisis regresi berganda uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas) serta uji hipotesis (uji – t, uji – F dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diskripsi Objek Penelitian

Populasi dan data dalam penelitian ini adalah anggota komunitas GSX Rider Independent Semarang (GRIDS).

ANALISIS DATA

UJI KUALITAS DATA

Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Ghozali (dalam Alfarabani, 2016) mengatakan bahwa

uji validasi digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara r_{hitung} dan r_{tabel} , dengan syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{hitung} korelasi jawaban responden disetiap pertanyaan dengan nilai total jawaban responden, sementara r_{tabel} didapat dengan menggunakan tabel *r product moment* kemudian menentukan $df = n-2$.

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien r_{hitung} (terlampir) yang lebih besar dari $r_{tabel} = 0,258$ (nilai r_{tabel} untuk $n-2 = 56$).

Kualitas Produk			
Pernyataan 1	0,353	0,258	Valid
Pernyataan 2	0,641	0,258	Valid
Pernyataan 3	0,674	0,258	Valid
Pernyataan 4	0,690	0,258	Valid
Pernyataan 5	0,476	0,258	Valid
Pernyataan 6	0,635	0,258	Valid
Pernyataan 7	0,405	0,258	Valid
Pernyataan 8	0,336	0,258	Valid
Kualitas Pelayanan			
Pernyataan 1	0,592	0,258	Valid
Pernyataan 2	0,760	0,258	Valid
Pernyataan 3	0,755	0,258	Valid
Pernyataan 4	0,551	0,258	Valid
Pernyataan 5	0,679	0,258	Valid
Kepuasan Konsumen			
Pernyataan 1	0,477	0,258	Valid
Pernyataan 2	0,637	0,258	Valid
Pernyataan 3	0,866	0,258	Valid
Pernyataan 4	0,887	0,258	Valid

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Jawaban terhadap masing-masing variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 1.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga			
Pernyataan 1	0,741	0,258	Valid
Pernyataan 2	0,771	0,258	Valid
Pernyataan 3	0,634	0,258	Valid
Pernyataan 4	0,581	0,258	Valid

Tabel 1.2

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>cronbach's alpha</i>	> <	Standar Reliabilitas	Keterangan
Harga	0,612	>	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0,629	>	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,690	>	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,705	>	0,60	Reliabel

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Uji ini dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dan normal p-plot.

a. Uji *Kolmogorov Smirnov*

Uji *Kolmogorov Smirnov* memberi persyaratan yaitu apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka data terdistribusi secara normal.

Tabel 1.3

Hasil Uji *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		58
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.05041342
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.075
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

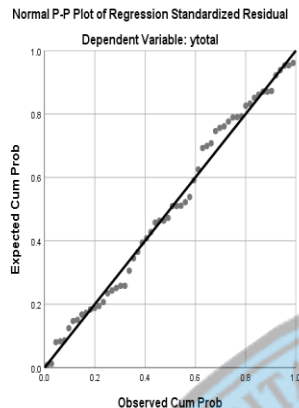
b. Uji Normal P-Plot

Pada grafik normal p-p plot memberi persyaratan jika titik pada grafik berhimpit mengikuti garis diagonal maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dilihat pada gambar 1.1.

Gambar 1.1

Hasil Uji Normalitas (Grafik

Normal P-Plot)



Tabel 1.4
Hasil Uji Linearits Harga

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keou asan kons umen * harga	Bet wee n Gro ups	(Com bined)	79.154	9	8.795	1.580	.148
		Linea rity	8.138	1	8.138	1.462	.232
		Devi ation from Linea rity	71.015	8	8.877	1.595	.151
Within Groups			267.122	48	5.565		
Total			346.276	57			

Uji Linieritas

Uji linearitas merupakan suatu upaya untuk memenuhi salah satu asumsi analisis regresi linear mensyaratkan adanya hubungan variabel bebas dan variabel terikat yang saling membentuk kurva linear. Kurva linear dapat berbentuk apabila setiap kenaikan skor variabel bebas diikuti oleh kenaikan variabel terikat. Untuk melihat syarat linearitas dapat dilihat dari nilai *deviation from linearity* pada nilai F dan signifikansinya lebih besar (>) dari 0,1. Hasil uji linearitas dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut :

a. Hasil Uji Linearitas Harga

b. Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk

Tabel 1.5

Hasil Uji Linear Kualitas Produk

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan konsumen * kualitas produk	Betweengroups	(Combined)	69.556	12	5.796	.943	.515
		Linearity	29.947	1	29.947	4.870	.032
		Deviation from Linearity	39.609	1	3.601	.586	.830
	Within Groups		276.720	45	6.149		
	Total		346.276	57			

c. Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan

Tabel 1.6

Hasil Uji Linear Kualitas Pelayanan

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan konsumen * kualitas pelayanan	Betweengroups		289.158	12	24.096	18.984	.000
		Linearity	271.447	1	271.447	213.856	.000
		Deviation from Linearity	17.710	1	1.610	1.268	.273
	Within Groups		57.118	45	1.269		
	Total		346.276	57			

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya

korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka *tolerance* 0,1 dan Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 1.7:

Tabel 1.7

Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.665	1.504
	Kualitas Produk	.658	1.520
	Kualitas Pelayanan	.984	1.016

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

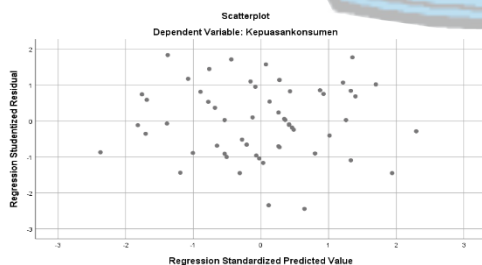
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance*

dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas, Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Grafik uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 1.2

Gambar 1.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas



ANALISIS PENELITIAN

Hasil Analisis Regresi Berganda

Setelah memenuhi persyaratan asumsi klasik maka dapat dilakukan proses analisis regresi berganda antara harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil regresi berganda sebagai berikut:

Tabel 1.8
Hasil Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	-5.191	1.643		3.160	.003
Harga	-.030	.082	-.026	-.370	.713
Kualitas Produk	.159	.056	.201	2.813	.007
Kualitas Pelayanan	.824	.056	.862	14.747	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan dari hasil regresi berganda maka dapat dibuat persamaan linear antara harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut :

$$Y = -5.191 - 0,30 X_1 + 0,159 X_2 + 0,824 X_3$$

Uji Hipotesis

Uji – t

Uji – t digunakan untuk melihat pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Hipotesis diterima apabila nilai sig. $\leq 0,05$. Hasil uji – t dapat dilihat pada tabel 1.9

Tabel 1.9

Hasil Uji – t

Model		T	Sig.
1	(Constant)	-3.160	.003
	Harga	-.370	.713
	Kualitas Produk	2.813	.007
	Kualitas Pelayanan	14.747	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji – F

Uji – F digunakan untuk melihat pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara Bersama – sama.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai harga, kualitas produk dan

Adanya pengaruh signifikan dapat dilihat dari nilai sig. $\leq 0,05$. Hasil uji – F dapat dilihat pada tabel 1.10

Tabel 1.10

Hasil Uji – F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	283.384	3	94.461	81.106	.000 ^b
	Residual	62.892	54	1.165		
	Total	346.276	57			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Harga, Kualitas produk

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat kemampuan variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam menjelaskan kepuasan konsumen. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 1.11

Tabel 1.11

Hasil Koefisien Determinasi

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada komunitas GRIDS dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen, sehingga

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.905 ^a	.818	.808	1.079

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan,

Harga, Kualitas produk

- menolak, hipotesis yang menyatakan tidak berpengaruh secara signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Sehingga harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada komunitas GSX Rider Independent Semarang.
2. Kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga semakin tinggi kualitas produk maka akan semakin meningkatnya kepuasan konsumen pada komunitas GSX Rider Independent Semarang.
 3. Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi kualitas pelayanannya maka

akan semakin meningkat kepuasan konsumen pada komunitas GSX Rider Independent Semarang.

4. Harga, kualitas produk, kualitas pelayanan terbukti secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga semakin terjangkau harga, meningkatnya kualitas produk dan kualitas pelayanan maka akan semakin meningkatnya kepuasan konsumen pada komunitas GSX Rider Independent Semarang.

Agenda Penelitian yang Akan Datang

Agenda penelitian yang akan datang yakni berdasarkan hasil koefisien determinasi seperti pada sub-bab keterbatasan penelitian, diketahui bahwa variabel independent mampu menjelaskan sebagian variabel dependen sehingga penelitian ini masih terdapat kekurangan dari variabel independent dalam menjelaskan variabel dependennya. Oleh karena itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya bisa menambah variabel desain, promosi dan merek yang sekiranya

terkait dengan premasalahan yang dihadapi serta meneliti perusahaan yang lainnya dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D.N. 2012. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Edisi 4. Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Irawan. (2008). *Menejemen Pemasaran Modern*. Edisi 7. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1,2 Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler & Armstrong (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C dan John Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif*. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Pedoman Penulisan Skripsi dan Pelaksanaan Ujian Akhir. Manajemen S1. Universitas Muhammadiyah Semarang
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Sunyoto, Danang. 2011. *Praktik SPSS*. Yogyakarta : Penerbit Muha Medika
- Suparyanto dn Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor : IN MEDIA.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Cetakan Kelima. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Skripsi Jurnal Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta: Solo.
- Astuti, Dwi. 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Makan Mie Ayam tanpa Nama di Tegal*. Jurnal Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas PGRI Yogyakarta: Yogyakarta.
- Faizah, Nadia Rizqiyatul dkk. 2013. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-mamamia Steak and Ice cream cabang Jati Semarang*. Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro: Semarang.
- Farid, Ahmad. 2015. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Resto Ayam Nelongso Sawojajar*. Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma: Malang.

Jurnal

- Ariani, Dina. 2015. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Goro Assalam Hypermarket Pabelan Sukoharjo*. Artikel
- Minawati, Azria Rahma. 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Wardah di UMS*. Artikel Skripsi

Universitas Muhammadiyah
Surakarta. Solo.

Ordelia, Jessica. 2016. *Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe one Eighteenth Coffee*. Jurnal Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra: Surabaya.

Putra, Susanto Doni dkk. 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kerupuk Ikan Super Besuki*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember: Jember.

Sukmawati, Rina. 2018. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap*

kepuasan Pelanggan Garden cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta.

Supandi, Agus dkk. 2018. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Air Manado*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado: Manado.

Yanto, Tri. 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan Macro Mart Mojoroto*. Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri: Kediri.