DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....*Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.****i***

HALAMAN PENGESAHAAN.....*Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.****ii***

SURAT PERNYATAAN.....*Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.****iii***

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....*Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.****iv***

KATA PENGANTAR.....***v***

ABSTRAK.....***vii***

ABSTRACT.....***xi***

DAFTA ISI.....***xii***

DAFTAR TABEL.....***xvi***

DAFTAR GAMBAR.....***xix***

DAFTAR LAMPIRAN.....***xix***

BAB I PENDAHULUAN.....***1***

1.1 Latar Belakang ..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

1.2 Identifikasi Masalah ..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

1.3 Batasan Masalah..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

1.4 Perumusan Masalah ..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

1.5 Tujuan Penelitian ..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

1.6 Manfaat Penelitian ..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 16

2.1 Tinjauan Pustaka 16

2.1.1 Manajemen..... 16

2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran 17

2.1.3 Bauran Pemasaran.....18

2.1.4 Harga.....18

2.1.5 Pengertian Harga.....18

2.1.6 Indikator Harga.....19

2.1.7 Peranan Harga.....20

2.1.8 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....21

2.1.9 Kualitas Pelayanan.....22

2.1.10 Pengertian Kualitas Pelayanan.....22

2.1.11 Dimensi Dan Indikator Kualitas Pelayanan.....23

2.1.12 Prinsip Kualitas Pelayanan.....24

2.1.13 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....26

2.1.14 Kepuasan Konsumen.....26

2.1.15 Pengertian Kepuasan Konsumen.....26

2.1.16 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....27

2.1.17 Indikator Kepuasan Konsumen.....28

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu 29

2.3 Kerangka Pemikiran 32

2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Kualitas Pelayanan.....33

2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....33

2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....34

2.3.4 Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....34

2.4 Hipotesis Penelitan..... 35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....36

3.1 Desain Penelitian..... 36

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian 38

3.2.1 Lokasi Penelitian.....38
3.2.2 Waktu Penelitian.....38
3.3 Definisi Operasioanl Variabel..... 39
3.4 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling..... 41
3.4.1 Populasi Penelitian.....4**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
3.4.2 Sampel Penelitian .....4**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
3.4.3 Teknik Sampling.....42
3.5 Pengumpulan Data Penelitian 42
3.5.1 Sumber Data Penelitian 42
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data 42
3.6 Teknik Penentuan Data 43
3.6.1 Uji Validitas 43
3.6.2 Uji Reliabilitas 44
3.7 Analisis Data 44
3.7.1 Uji Normalitas 44
3.7.2 Uji Instrumen..... 44
3.7.3 Instrumen Penelitian..... 44
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....45
3.7.5 Uji Multikorelasi.....45
3.7.6 Uji Heteroskedastisitas.....45
3.7.7 Analisis Deskriptif.....45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....48
4.1 Hasil Penelitian.....50
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 50
4.1.2 Nama dan Logo Perusahaan.....50
4.1.3 Profil Perusahaan 50
4.1.4 Misi dan Visi Perusahaan.....51
4.1.4.1 Misi 51
4.1.4.2 Visi.....51
4.2 Hasil Pembahasan.....60
4.2.1 Karakteristik Responden.....60
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian 61

4.2.2.1 Uji Validitas.....61
4.2.2.2 Uji Realibilitas.....64
4.2.2.3 Tranformasi Data 65
4.2.3 Uji Normalitas.....65
4.2.4 Analisis dan Uji Hipotesis.....66
4.2.4.1 Analisis Deskritif 66
4.2.4.2 Hasil Rekapitulasi Harga (X1) 80
4.2.4.3 Hasil Rekapitulasi Kualitas Pelayanan (X2) 95
4.2.4.4 Hasil Rekapitulai Kepuasan Konsumen (Y).....110
4.2.4.5 Analisis Verifikatif.....111
4.2.4.6 Analisis Regresi Linier Berganda 111
4.2.4.7 Uji Koefisien Determinasi 112
4.2.4.8 Uji Multikolinearitas.....113
4.2.4.9 Uji Hetoroskedastisitas.....113
4.2.4.10 Uji Hipotesis 114
4.2.4.11 Uji Parsial (t).....114
4.2.4.12 Uji Simultan (F).....115
4.2.5 Pembahasan Deskritif.....116
4.2.6 Pembahasan Verivikatif.....117

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 100

5.1 Kesimpulan 100
5.2 Saran..... 100

DAFTAR PUSTAKA 122

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Fashion Di Kabupaten Bekasi 7
Tebel 1.2 Data pengujung Zhafira Boutique Cikarang 2023 8
Tabel 1.3 Data Pendapatan Toko Zhafira Boutique Cikarang 2023 9
Tabel 1.4 Research Gap Pengaruh Harga Terhadap Kepuasaan Pelanggan 13
Tabel 1.5 Research Gap Penelitian Terdahulu 14
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu 31
Tabel 3.1 Waktu Penelitian 41
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert 44
Tabel 3.3 Analisis Rentang Skala 47
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....51
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....52
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....52
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....53
Tabel 4.5 Hasil UjiValiditas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....54
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabel Data Penelitian.....55
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Data.....56
Tabel 4.8 Harga Produk Pada Zhafira Boutique Bersaing Dengan Butik Lain.....58
Tabel 4.9 Zhafira Boutique Memberikan Gift Disetiap Pembelian Produk.....59
Tabel 4.10 Harga Produk Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Kualitas Produk.....60
Tabel 4.11 Zhafira Boutique Memberikan Potongan Harga Setiap Pembelian Dalam Jumlah Yang Banyak.....61
Tabel 4.12 Informasi Harga Jelas Dan Dapat Dimengerti.....62
Tabel 4.13 Informasi Harga Terjangkau Membantu Zhafira Boutique MeningkatkanPenjualan.....63
Tabel 4.14 Harga Produk Pada Zhafira Boutique Sesuai Dengan Manfaat Yang Dirasakan.....64
Tabel 4.15 Produk Zhafira Boutique Memiliki Harga Yang Terjangkau.....65
Tabel 4.16 Karyawan Zhafira Boutique Memberikan Pelayanan Memuaskan.....65

Tabel 4.17 Harga Tiap Produk Bervariasi 67
Tabel 4.18 Rekapitulasi Skor Kuesioner Variabel Harga (X1).....68
Tabel 4.19 Terampil Dan Sigap Dalam Memberikan Pelayanan.....69
Tabel 4.20 Pelayanan Yang Diberikan Sesuai Dengan Yang Dijanjikan.....70
Tabel 4.21 Pelayanan Yang Diberikan Sesuai Dengan Harapan Konsumen.....71
Tabel 4.22 Memberikan Pelayanan Yang Sama Terhadap Semua Konsumen.....72
Tabel 4.23 Cepat Dan Tanggap Dalam Menyelesaikan Keluhan Konsumen.....73
Tabel 4.24 Karyawan Sangat Professional Dalam Melayani Konsumen.....74
Tanel 4.23 Mampu Berkomunikasi Dengan Baik Dan Efektif Ketika Melayani Konsumen.....75
Tabel 4.24 Memberikan Informasi Yang Jelas.....76
Tabel 4.25 Karyawan Menerima Kritik Dan Saran Dengan Baik.....77
Tabel 4.26 Kebersihan Dan Kerapian Toko Zhafita Boutique.....78
Tabel 4.27 Rekapitulasi Skor Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....79
Tabel 4.28 Produk Yang Ditawarkan Zhafira Boutique Sesuai Dengan Harapan Konsumen.....80
Tabel 4.29 Berminat Untuk Berkunjung Kembali Karena Pelayanan Yang Diberikan Oleh Karyawan Memuaskan.....81
Tabel 4.30 Menyarankan/Merekomendasikan Kepada Teman/ Kerabat Untuk Membeli Produk Yang Ditawarkan.....82
Tabel 4.31 Komplain Dan Keluhan Dapat Teratasi Dengan Baik Oleh Zhafira Boutique.....83
Tabel 4.32 Merasa Senang Memakai Produk Zhafira Boutique.....84
Tabel 4.33 Merasakan Kebanggan Tersendiri Pada Saat Memakai Produk Zhafira Boutique.....85
Tabel 4.34 Kualitas Produk Yang Ditawarkan Oleh Zhafira Boutique Sesuai Dengan Kebutuhan.....86
Tabel 4.35 Pelayanan Zhafira Boutique Ramah.....87
Tabel 4.36 Karyawan Zhafira Boutique Memberikan Pelayanan Memuaskan.....89
Tabel 4.37 Tarif Pengiriman Paket Zhafira Boutique Murah.....90

Tabel 4.38 Rekapitulasi Skor Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen.....91
Tabel 4.39 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....93
Tabel 4.40 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....94
Tabel 4.41 Hasil Uji Multikolinearitas.....95
Tabel 4.42 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....95
Tabel 4.43 Hasil Uji Parsial (T).....96
Tabel 4.44 Hasil Uji Simultan (Uji F).....97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Industri Pakaian Di 5 Provinsi.....5
Gambar 1.2 Grafik Pengunjung Zhafira Boutique Cikarang.....7
Gambar 1.3 Grafik Pendapatan Zhafira Boutique Cikarang.....9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....35
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....37
Gambar 3.3 *Bar Scale*.....49
Gambar 4.1Logo Perusahaan.....50
Gambar 4.2 *Bar Scale* Harga Produk Pada Zhafira Boutique Dapat Bersaing Dengan Butik Lain.....58
Gambar 4.3 *Bar Scale* Zhafira Boutique Memberikan Gift Disetiap Pembelian Produk.....59
Gambar 4.4 *Bar Scale* Harga Produk Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Kualitas Produk.....60
Gambar 4.5 *Bar Scale* Zhafira Boutique Memberikan Potongan Harga Setiap Pembelian Dalam Jumlah Yang Banyak.....61
Gambar 4.6 *Bar Scale* Informasi Harga Jelas Dan Dapat Dimengerti.....62
Gambar 4.7 *Bar Scale* Informasi Harga Terjangkau Membantu Zhafira Boutique Meningkatkan Penjualan 63
Gambar 4.8 *Bar Scale* Harga Produk Pada Zhafira Boutique Sesuai Dengan Manfaat Yang Dirasakan.....64
Gambar 4.9 *Bar Scale* Produk Zhafira Boutique Memiliki Harga Terjangkau.....65
Gambar 4.10 *Bar Scale* Karyawan Zhafira Boutique Memberikan Pelayanan Yang Memuaskan.....66
Gambar 4.11 *Bar Scale* Harga Tiap Produk Bervariasi 67
Gambar 4.12 *Bar Scale* Terampil Dan Sigap Dalam Memberikan Pelayanan.....69
Gambar 4.13 *Bar Scale* Pelayanan Yang Diberikan Sesuai Dengan Yang Dijanjikan.....70
Gambar 4.13 *Bar Scale* Pelayanan Yang Diberikan Sesuai Dengan Harapan Konsumen.....71

Gambar 4.14 *Bar Scale* Karyawan Sangat Professional Melayani Konsumen.....72
Gambar 4.15 *Bar Scale* Memberikan Informasi Yang Jelas Sehingga Dipahami Konsume.....73
Gambar 4.16 *Bar Scale* Karyawan Menerima Kritik Dan Saran Dengan Baik.....74
gambar 4.17 *Bar Scale* Kebersihan Dan Kerapian Toko Zhafita Boutique.....75
Gambar 4.18 *Bar Scale* Produk Yang Ditawarkan Zhafira Boutique Sesuai Dengan Harapan Konsumen 76
Gambar 4.19 *Bar Scale* Berminat Untuk Berkunjung Kembali Karena Pelayanan Yang Diberikan Oleh Karyawan Memuaskan.....77
Gambar 4.20 *Bar Scale* Menyarankan Merekomendasikan Kepada Teman Kerabat Untuk Membeli Produk Yang Ditawarkan.....78
Gambar 4.21 *Bar Scale* Komplain Dan Keluhan Dapat Teratasi Dengan Baik Oleh Zhafira Boutique.....81
Gambar 4.22 *Bar Scale* Merasa Senang Memakai Produk Zhafira Boutique.....82
Gambar 4.23 *Bar Scale* Merasakan Kebanggan Tersendiri Pada Saat Memakai Produk Zhafira Boutique.....83
Gambar 4.24 *Bar Scale* Kualitas Produk Yang Ditawarkan Oleh Zhafira Boutique Sesuai Dengan Kebutuhan.....84
Gambar 4.25 *Bar Scale* Pelayanan Zhafira Boutique Ramah.....85
Gambar 4.26 B*ar Scale* Karyawan Zhafira Boutique Memberikan Pelayanan Yang Memuaskan.....86
Gambar 4.27 *Bar Scale* Tarif Pengiriman Paket Zhafira Boutique Murah.....87
Gambar 4.28 *Bar Scale* Pelayanan Zhafira Boutique Ramah.....89
Gambar 4.29 *Bar Scale* Tarif Pengiriman Paket Zhafira Boutique Murah.....90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....105
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....106
Lampiran 3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....113
Lampiran 4 Responden Berdasarkan Usia.....113
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Harga (X1).....110
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....111
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....112
Lampiran 8 Uji Reliabilitas.....117
Lampiran 9Uji Normalitas.....117
Lampiran 10 Uji Multikolinearitas.....117
Lampiran 11Uji Heteroskedastisitas.....118
Lampiran 12 Uju Regresi Linier Berganda.....118
Lampiran 13 AnalisisKoefisien Determinasi.....118
Lampiran 14 UjiParsial (Uji t).....119
Lampiran 15 Uji Simultan (Uji F).....119
Lampiran 16 Riwayat Hidup.....120
Lampiran 17 HasilTurnitin Perpustakaan.....121
Lampiran 18 Kartu Bimbingan.....122