

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA YANG KOMPETITIF
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA NOURISH SKIN ULTIMATE
PADA PT. PHAROS INDONESIA
MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**ASHADI SAPUTRA
NIM : 06 832 0192**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2011**

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Yang Kompetitif Terhadap Kepuasan Pengguna Nourish Skin Ultimate Pada PT. Pharos Indonesia Medan

Nama Mahasiswa : ASHADI SAPUTRA

No. Stambuk : 06 832 0192

Jurusan : Manajemen



Menyetujui :
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

(Amrin Mulia Utama Nasution, SE.,MM)

(Ihsan Effendi, SE.,M.Si)

Mengetahui :

Ketua Jurusan

Dekan

(Ihsan Effendi, SE.,M.Si)



(Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE.,M.Ec)

Tanggal Lulus :

2011

RINGKASAN

ASHADI SAPUTRA, NPM. 061220192. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA YANG KOMPETITIF TERHADAP KEPUAIAN PENGGUNA NOURISH SKIN ULTIMATE PADA PT. PHAROS INDONESIA, MEDAN". SKRIPSI 2019.

Perusahaan yang mampu memahami keinginan pelanggannya akan mampu bersaing di dunia bisnis. Jatuh banggunya suatu usaha, selain disebabkan kekurangtahuan kebutuhan pelanggan, kualitas produk dan harga yang diberikan kurang memuaskan, sehingga pelanggan lari ke perusahaan pesaing.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengguna Nourish Skin Ultimate di PT. Pharos Indonesia Medan, untuk mengetahui besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna Nourish Skin Ultimate di PT. Pharos Indonesia Medan dan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pengguna Nourish Skin Ultimate di PT. Pharos Indonesia Medan. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. sampel yang peneliti tentukan sebanyak 52 orang responden selama 7 hari yang ditemui dengan cara mendatangi pengguna nourish skin. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa pengamatan/*observasi* dan menyebarkan angket pada responden yang dijadikan sampel penelitian serta data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik analisis yang dipergunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS *for windows* 15.

Dari hasil analisis penulis dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pengguna Nourish Skin pada PT. Pharos Indonesia Medan baik secara parsial maupun secara simultan.

KATA PENGANTAR



Ass. Mualaikum Wr. Wb

Syukur alhamdulillah kita ucapkan kehadiran Allah S.W.T, berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun dengan keterbatasan waktu, biaya, tenaga, kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang terbatas akhirnya penulis menyelesaikan skripsi yang diberi judul ***PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA YANG KOMPETITIF TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA NOURISH SKIN ULTIMATE PADA PT. PHAROS INDONESIA, MEDAN***.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan hati yang tulus dan ikhlas kepada :

1. Bapak Prof. DR. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan sekaligus Ketua Sidang Meja Hijau.
2. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Ihsan Effendi, SE, Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Arwin Mulia U., SE, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Dra. Isnaniah Laili KS, MMA selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu hingga selesainya skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
7. Bapak Pimpinan PT. Pharos Indonesia, Medan, terima kasih atas bantuan dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
8. Buat sobatku dan juga buat teman-teman Manajemen angkatan 2006 yang telah memberikan saran dan motivasi hingga skripsi ini terselesaikan.
9. Teristimewa saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga buat Ayahanda dan Ibunda yang dengan penuh kasih sayang membesarkan, mendoakan dan berkorban demi masa depan Ananda

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca umumnya dan bagi penulis khususnya, kiranya Allah S.W.T melindungi kita semua, Amin.

Wassalammu 'alaikum Wr. Wb

Medan, 2011
Penulis

(Ashadi Saputra)

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teoritis.....	5
1. Teori Produk	5
a. Pengertian Produk	5
b. Pengertian Kualitas Produk	6
c. Spesifikasi Kualitas Produk	9
2. Teori Harga	10
a. Pengertian Harga	10
b. Peranan dan Tujuan Harga	11
c. Bentuk-bentuk Harga dan Faktor-faktor yang menpengaruhinya.....	12
3. Teori Kepuasan	14
a. Pengertian Kepuasan	14
b. Mengukur Kepuasan	17
c. Faktor-faktor Ketidakpuasan.....	19
d. Menentukan Nilai dan Kebutuhan.....	20
e. Indikator Kepuasan	21
B. Kerangka Kooseptual.....	22
C. Hipotesis	22



BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
B. Populasi dan Sampel.....	24
C. Definisi Operasional.....	35
D. Jenis dan Sumber Data.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Teknik Analisis Data.....	28

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	31
1. Deskripsi Perusahaan.....	31
2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	32
3. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab.....	32
4. Harga Yang Kompetitif.....	35
5. Kepuasan Pengguna Nourish Skin.....	38
6. Penyajian Data Responden Penelitian.....	39
7. Penyajian Data Angket Responden.....	41
B. Pembahasan.....	52
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
2. Koefisien Determinasi (R^2).....	53
3. Uji Hipotesis.....	55

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kerangka Konseptual	22
2. Struktur Organisasi PT. Pharos Indonesia Medan	33



DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Rincian Waktu Penelitian	21
2. Instrumen Skala Likert.....	27
3. Jenis Kelamin Responden.....	40
4. Lama Menggunakan Produk Nourish Skin	40
5. Usia Responden	41



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbicara mengenai keinginan pasar maka tidak lepas dari pelanggan. Suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Adapun sasaran perusahaan yaitu mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya untuk menikmati kualitas produk dan harga yang kompetitif. Perusahaan yang mampu memahami keinginan pelanggannya akan mampu bersaing di dunia bisnis. Jatuh banggunya suatu usaha, selain disebabkan kekurangtahuan kebutuhan pelanggan, kualitas produk dan harga yang diberikan kurang memuaskan, sehingga pelanggan lari ke perusahaan pesaing.

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonssumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pelanggan. Dengan kualitas yang baik akan terjadi peningkatan reputasi produk yang selanjutnya akan dikenal di masyarakat sehingga terjadi peningkatan pelanggan yang diikuti dengan peningkatan keuntungan.

Sedangkan harga adalah sebagai nilai pertukaran yang ditetapkan oleh penjual dan pembeli untuk memperoleh suatu produk atau jasa, bahwa harga yang harus dibayar oleh pelanggan. Penetapan harga merupakan masalah yang cukup kompleks dan sulit dalam suatu perusahaan. Dalam menetapkan harga merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi

profit maupun nonprofit dan keputusan ini tidak mudah untuk dilakukan. Di satu sisi, harga yang terlalu mahal bisa dengan cepat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau konsumen. sebaliknya jika harga terlalu murah, pangsa pasar bisa melonjak, namun margin kontribusi dan laba bersih yang diperoleh akan berkurang selain itu sebagian konsumen bisa saja mempersepsikan kualitasnya jelek.

Sementara Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan merupakan perasaan seorang setelah memiliki sesuatu. Pentingnya kepuasan pelanggan bukanlah sesuatu yang dibesar-besarkan. Memenuhi kepuasan pelanggan tidaklah cukup untuk mendapatkan loyalitas, retensi, atau probabilitas yang tinggi. Hanya jika pelanggan menilai pengalaman pembeliannya sebagai pengalaman yang memuaskan, para pelanggan akan menceritakan kepada orang lain hal-hal yang baik tentang perusahaan. Sebaliknya pelanggan yang tidak puas akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain sebagai bentuk komplain atas ketidakpuasan.

Pelanggan yang puas merupakan alat promosi bagi perusahaan. Ketidakpuasan pelanggan yang dibiarkan perusahaan akan membuat perusahaan merugi. Konsekuensi dari pelanggan yang tidak puas itu merupakan tantangan yang sangat serius dari suatu perusahaan, karena sesuai dengan falsafah bisnis modern bahwa kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan dalam dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma, 2005, **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, Alfabeta, Bandung.
- Gregorius Chandra, 2007, **Strategi dan Program Pemasaran**, Edisi Revisi, Cetakan Pertama, Penerbit Erlangga, Yogyakarta.
- Kotler Philip, Armstrong, 2006, **Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol**, Edisi Millenium, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler Philip, 2005, **Prinsip-prinsip Pemasaran**, Jilid Satu, Edisi Revisi, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2006, **Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek**, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Soekartawi, 2005, **Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern**, Penerbit Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Sofyan Assauri, 2000, **Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi**, Edisi Pertama, Cetakan Keenam, Penerbit PT. Raya Grafinda Persada, Jakarta.
- Simamora Hendry, 2008, **Manajemen Pemasaran Internasional**, Jilid Tiga, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 2005, **Metode Penelitian Bisnis**, Cetakan Kedelapan Belas, Alfabeta, Bandung.
- Soetjipto, 2005, **Service Quality**, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, 2005, **Kiat Membuat Rencana Pemasaran Dalam 30 Menit**, Penerbit Proges, Jakarta.
- Zulian Yamit, 2007, **Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia**, Gramedia, Jakarta.
- Tim penyusun, 2008, **Pedoman Penulisan Skripsi**, Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area – Medan.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA YANG
KOMPETITIF TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
NOURISH SKIN PADA PT. PHAROS INDONESIA
MEDAN**

Dengan segala kerendahan hati, saya mohon bantuan Bapak/ibu untuk mengisi angket ini yang akan saya gunakan untuk penelitian saya dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Yang Kompetitif Terhadap Kepuasan Pengguna Nourish Skin Pada PT. Pharos Indonesia Medan. Semoga dengan bantuan Bapak/Ibu memberikan manfaat bagi kita semua. Atas ketjasama yang diberikan saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

(Ashadi Sahputra)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Ibu/Bapak :

Usia :

Jenis Kelamin :

Lama Menjadi Pelanggan :

Cara pengisian untuk pernyataan cukup dengan memberi tanda checklist (√) pada jawaban yang anda pilih. Dengan keterangan :

SP : Sangat Puas
P : Puas
CP : Cukup Puas
KP : Kurang Puas
STP : Sangat Tidak Puas

DAFTAR PERNYATAAN**I. PERNYATAAN VARIABEL BERAS I, (KUALITAS PRODUK)**

No	Pernyataan	Jumlah				
		SP	P	CP	KP	STP
1	Saya merasa puas dengan adanya variasi produk Nourish Skin, sehingga kualitas produk sangat terjamin.					
2	Produk Nourish skin yang dikeluarkan perusahaan selalu mengikuti trend.					
3	Saya merasa puas bahwa kepercayaan pengguna Nourish Skin terlihat dari kualitas produk yang bagus					
4	Saya merasa puas dengan model produk Nourish Skin yang saya gunakan sehari-hari.					
5	Tipe produk Nourish Skin sangat memuaskan dibandingkan dengan produk lainnya.					
6	Bentuk dan citra merek produk Nourish Skin sangat memuaskan.					

II. PERNYATAAN VARIABEL BERAS I, (HARGA YANG KOMPETITIF)

No	Pernyataan	Jumlah				
		SP	P	CP	KP	STP
1	Saya sangat puas dengan harga yang dibuat untuk satu produk Nourish Skin					
2	Harga sebuah Nourish Skin sangat terjangkau bagi saya.					
3	Kemampuan membeli seorang konsumen tergantung dari harga yang ditawarkan.					
4	Kemampuan saya untuk membeli produk Nourish Skin terletak dari kualitasnya					
5	Saluran pemasaran yang diterapkan perusahaan sangat memuaskan					
6	Saluran pemasaran yang diterapkan perusahaan berbeda dari perusahaan lain.					
7	Harga produk termasuk biaya pengiriman sampai ke tangan pelanggan					

III. PERNYATAAN VARIABEL TERHADAP Y (KEPRASAN PENGGUNA)

No	Pernyataan	Jumlah				
		SP	P	CP	KP	STP
1	Saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan perusahaan					
2	Pemesan melalui telepon tepat waktu dan sangat memuaskan saya.					
3	Saya merasa puas terhadap produk perusahaan berupa Nourish Skin.					
4	Saya merasa puas dengan kemudahan yang diberikan perusahaan untuk membeli sebuah produk Nourish Skin					

