

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1 Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen studio Calista. Hal ini dibuktikan dari nilai t-hitung sebesar t-hitung 10,568 dan signifikan sebesar 0,000. Hal ini tersebut menunjukkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t-tabel = $t (\alpha/2; n-k-1 = t (0,05/2; 100-2-1 = (0,025; 97) = 1,98472$. Berarti nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel (10,568 $> 1,98472$), maka dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- 2 Terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dari nilai t-hitung sebesar 1,642 dan nilai signifikan sebesar 0,104. Hal tersebut menunjukkan nilai signifikansi $0,104 > 0,05$ dan nilai t-tabel = $t (\alpha/2; n-k-1 = t (0,05/2; 100-2-1 = (0,025; 97) = 1,98472$. Berarti nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($1,642 < 1,98472$). maka dikatakan bahwa persepsi harga tersebut lebih kecil dari taraf 5% yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian hipotesis penelitian ini tidak terbukti, itu artinya tidak berpengaruh dari persepsi harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen tidak signifikan $0,104 > 0,05$.

3 Kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen studio fotografi Calista. Hal tersebut ditunjukan dari hasil analisis yang menunjukan bahwa nilai F hitung 98,187 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 kurang dari 5% ($0,000 < 0,050$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sedangkan persepsi harga memiliki perbedaan yang signifikan dan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

A. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang diberikan yaitu sebagai berikut:

Bagi studio foto Calista, perlu memberikan nilai lebih atas jasa dan produk yang dihasilkan untuk memberikan kepuasan konsumen. Salah satunya dengan menyediakan produk yang sedang populer dikalangan masyarakat untuk memasarkan produknya. Dengan adanya foto produk yang bagus dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang telah dipasarkan melalui bentuk foto yang terampil.

B. Saran Implikasi Bagi Penelitian Selanjutnya

1 Dalam penelitian ini penelitian menyadari terdapatnya beberapa kekurangan dalam menganalisis sistem pelayanan di Studio Calista, oleh sebab itu bagi peneliti selanjutnya terdapat beberapa saran. Diharapkan pada penelitian selanjutnya responden yang dilibatkan memiliki jumlah

responden yang lebih banyak dan proporsional, sehingga hasil yang didapatkan lebih mewakili populasi

- 2 Disarankan untuk mengumpulkan informasi dan data selengkap mungkin, sehingga memperoleh data yang benar-benar lengkap dan mendalam agar hasil penelitian akan lebih mendalam.



Daftar Pustaka

- Arief Budiyanto. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen* (Di PT. Yerry PrimatamHusindo). *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Basu, Swasta. 2013. *Manajemen Pemasaran Modren*. Liberty. Yogyakarta
- Day, 1984. Jurnal of Marketing Research, Vol. 25, No.2 (1988)*
- Garvin, David A. (1987): “ The Art and Science of Business Management ” New York: Kent Publishing*
- Ghozali, Imam. 2005. *Applikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Applikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS22*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro. Semarang.
- Grace Marleen Wariki, Lisbeth Mananeke, Hendra Tawas. *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado*. *Jurnal. Vol.3 No. 2 Juni 2015 Pengaruh bauran Pemasaran*.
- Giardo Permadi Putra, Zainul Arifin, Sunarti. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 48 No.1 Juli 2017/Administrasi Bisnis. Studentjournal.ub.ac.id*
- Indrawati, Fenny. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervering di Tinjau Station Surabaya." *Jurnal. Agora 6.2 (2018)*.
- Kotler & Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13* Jakarta: Erlangga.
- Petrick, 2004, *Jurnal of Air Transport Management 52 (2016) 42-54*.
- Purnomo Edwin Setyo. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “ Best Autoworka ”. Volume 1, Nomor 6, Februari 2017: 755 – 764

Prabowo, Heriyanto, and Yulianeu. "Analisis Pengaruh Analisis Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rumah Fotografi Kudus)." *Journal of Management* 3, no. 3 (2017).

Rosa Lesmana, Ratnasari. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran* Edisi II. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Yanti, Febri, AzizahKarim, and Muhammad Wadud. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Studio Ribka Foto Cabang Sekip di Palembang." *Jurnal Ekonomi Global Masa Kini* 8.2 (2018).



KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STUDIO FOTOGRAFI CALISTA YOGYAKARTA

Oleh :

Dwi Retno (1520104420)

Petunjuk :

- a. Bacalah secara teliti setiap pertanyaan/pernyataan yang sudah disediakan
- b. Berilah tanda (x) pada angka 5 sampai 1 dari setiap pertanyaan yang ada

Atas kesediaan waktu yang telah diluangkan untuk menjawab kuisioner penelitian ini, saya ucapan terimakasih.

A. Identitas Responden

1	Nama	
2	Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none">a. Laki-lakib. Perempuan
3	Umur	<ul style="list-style-type: none">a. 17-20 tahunb. 20-29 tahunc. 30-39 tahund. 40-49 tahune. 50-59 tahunf. 60-69 tahun
5	Pendidikan Terakhir	<ul style="list-style-type: none">a. SMAb. Diplomac. Sarjanad. S2e. S3

B. Kualitas Produk

No	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Hasil cetakan foto sesuai dengan warna aslinya	5	4	3	2	1
2	Latar/bingkai dapat memperindah hasil cetakan foto	5	4	3	2	1
3	Cetakan foto tidak ada perubahan walaupun dipakai berkali-kali	5	4	3	2	1
4	Cetakan ukuran foto mengikuti standar yang sudah ada	5	4	3	2	1
5	Foto yang disimpan atau dipajang dapat bertahan lama	5	4	3	2	1
6	Foto yang terlipat masih bisa digunakan oleh konsumen	5	4	3	2	1
7	Kecerahan warna pada hasil cetakan foto dapat memperindah hasil cetakan foto yang saya terima	5	4	3	2	1
8	Studio Calista menyediakan banyak pilihan <i>background</i> foto sangat menarik	5	4	3	2	1

C. Persepsi Harga

No	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	Moneter					
1	Harga paket yang sudah ditentukan wajar atau sesuai dengan foto yang didapatkan	5	4	3	2	1
2	Harga yang tertera sesuai dengan kualitas foto yang didapatkan	5	4	3	2	1
3	Harga paket yang dibayarkan sesuai dengan harga katalog	5	4	3	2	1
	Non Moneter					
4	<i>Customer</i> melayani dengan sopan dan ramah (+)	5	4	3	2	1
5	<i>Customer</i> Studio Calista cepat tanggap melayani konsumen yang datang (+)	5	4	3	2	1
6	Waktu menunggu disediakan fasilitas yang nyaman (+)	5	4	3	2	1
7	Waktu tunggu cetak foto memakan waktu yang lama.(-)	5	4	3	2	1

D. Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya puas dengan hasil cetakan foto yang diberikan sesuai dengan yang saya harapkan	5	4	3	2	1
2	Saya puas dengan hasil ukuran pada foto sesuai dengan harapan saya	5	4	3	2	1
3	Saya puas dengan hasil foto yang saya terima bagus dan berkualitas sesuai dengan harapan saya	5	4	3	2	1
4	Foto yang saya terima sesuai dengan harga yang sudah ditentukan	5	4	3	2	1

Keterangan :

SS = Sangat setuju

TS = Tidak setuju

S = Setuju

STS = Sangat tidak setuju

N = Netral

