

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN  
KEHANDALAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA KONSUMEN PRODUK ORIFLAME)**

**TESIS**



**JATI PRASETYO ARI WIBOWO**

**2151021013**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
TAHUN 2019**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN  
KEHANDALAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA KONSUMEN PRODUK ORIFLAME)**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister Manajemen**



**JATI PRASETYO ARI WIBOWO**

**2151021013**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
TAHUN 2019**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

---

**NAMA : JATI PRASETYO ARI WIBOWO**

**NIM : 2151021013**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : 16 - 08 - 2019**


## LEMBAR PENGESAHAN

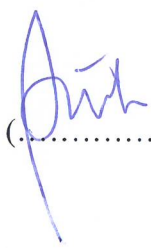
Tesis ini diajukan oleh

Nama : Jati Prasetyo Ari Wibowo  
NIM : 2151021013  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Keandalan  
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi  
Pada Konsumen Produk Oriflame)

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing I: Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M, BA., Ph.D (.....) 

Penguji I : BP. Kusumo Bintoro, Ir., M.B.A., Dr. (.....) 

Penguji II : Lenny Chistina Nawangsari S.T., M.M., Dr. (.....) 

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 8 Agustus 2019

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Karena atas berkat dan rahmatnya, Penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen – Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M,Sc., M, BA., Ph.D selaku dosen pembimbing yang senantiasa menyempatkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dan memberikan dukungan dalam penyusunan tesis saya.
- 2) Bapak Kusumo Bintoro, Ir., M.B.A., Dr dan Ibu Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M. selaku dosen penguji ahli yang berkenan menguji sehingga penulisan riset bisnis ini dapat terselesaikan
- 3) Oriflame Indonesia sebagai tempat saya memperoleh banyak ilmu dan pelajaran yang menjadikan pribadi saya berkembang dan menjadi lebih baik lagi.
- 4) Keluarga saya Ayah, Ibu, dan Adik-adik yang selalu mendoakan disetiap ibadahnya dan memotivasi saya untuk terus menyelesaikan tesis saya.
- 5) Sahabat-sahabat tersayang saya yang tidak bisa saya sebut satu-persatu yang pastinya selalu mendukung dan memotivasi dalam bentuk apapun. *I'm nothing without you guys!*
- 6) Bapak dan Ibu Dosen serta staff Magister Manajemen Universitas Bakrie. Terima kasih atas ilmu dan kebaikan yang selama ini sudah diberikan, semoga Universitas Bakrie semakin berkembang dan sukses.
- 7) Teman-teman Batch 5 yang selalu mengingatkan dan mendukung satu sama lain dalam menyelesaikan tesis ini. Yuk Batch 5 harus kelar!
- 8) Semua pihak yang turut mendukung dalam penyelesaian tesis ini, saya sangat berterimakasih dan mohon maaf apabila saya tidak sebutkan satu-persatu.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 16-08-2019

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'J. Prasetyo Ari Wibowo'.

Jati Prasetyo Ari Wibowo

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jati Prasetyo Ari Wibowo  
NIM : 2151021013  
Program Studi : Magister Manajemen  
Jenis Tesis : Riset Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (**Non-exclusive Royalty-Free Right**) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Keandalan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Oriflame)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 16 – 08 - 2019

Yang menyatakan



(Jati Prasetyo Ari Wibowo)

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN  
KEHANDALAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA KONSUMEN PRODUK ORIFLAME)**

Jati Prasetyo Ari Wibowo

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan kehandalan kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus berjenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan wawancara yang bersifat kualitatif menggunakan responden sebanyak 230 yakni konsumen produk Oriflame dan menggunakan teknik sampling jenuh. Teknik analisis data dalam penelitian ini ialah regresi linear berganda (uji normalitas, multikolinearitas, linearitas), dan analisis hipotesis (uji t, F, koefiensi korelasi dan determinasi). Hasil penelitian ini yakni: 1) Terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan nilai 2,186. 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga produk terhadap kepuasan konsumen dengan nilai 2,830. 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai 2,800. 4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai *F-hitung* 12,016.

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



***IMPACT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND RELIABILITY  
OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFICATION  
(STUDY ON ORIFLAME PRODUCT CONSUMER)***

Jati Prasetyo Ari Wibowo

***ABSTRACT***

*The aim of this study is to know the impact of product quality, price, and service quality on customer satisfaction. The method in this study applied case study used qualitative analysis with quantitative approach interview on 230 Oriflame product consumer. Double linear regression use to analysis the data and hypothesis (t-test, F test, coefficient correlation and determination) on this study. This result of this study indicators: 1) There is positive impact on product quality to customer satisfaction in the amount of 2.186. 2) There is positive and significant impact on product price to in the amount of 2.830. 3) There is positive and significant impact on service quality to in the amount of 2.800. 4) There is positive and significant impact on product quality, price, and service quality to customer satisfaction with F score amount 12.016.*

*Keyword: Product Quality, Price, Reliability Service Quality, Customer Satisfaction*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>77</b>
<b>1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
<b>2. DESKRIPSI INDUSTRI</b> .....	<b>8</b>
2.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	8
2.2 Sejarah Oriflame .....	11
2.2.1 Nilai-nilai Dasar Oriflame .....	12
2.2.2 Visi dan Misi .....	12
2.3 Jaringan Pemasaran .....	13
2.3.1 Layanan Kelas Dunia .....	13
2.3.2 Strategi Iniatif .....	13
2.3.3 Kultur dan Masyarakat .....	13
2.4 Permasalahan .....	14
<b>3. KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>18</b>
3.1 Kualitas Produk .....	18
3.1.1 Dimensi dan Indikator Produk .....	19
3.2 Harga .....	20
3.2.1 Dimensi dan Indikator Harga .....	21
3.3 Kualitas Pelayanan .....	23
3.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	24
3.4 Kepuasan Konsumen .....	25
3.4.1 Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen .....	27
3.5 Penelitian Terdahulu .....	28
3.6 Kerangka Berpikir .....	30
3.7 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis .....	31
3.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	31
3.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	31
3.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	31

3.7.4	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	32
<b>4.</b>	<b>METODOLOGI .....</b>	<b>33</b>
4.1	Desain Penelitian .....	33
4.2	Populasi dan Sampel .....	33
4.3	Teknik Sampling .....	34
4.4	Metode Pengumpulan Data .....	35
4.5	Analisis Data .....	35
4.5.1	Operasional Variabel .....	36
4.5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
4.5.3	Uji Asumsi Klasik Regresi Linear Berganda .....	39
4.5.4	Uji Hipotesis .....	40
4.5.4.1	Uji t .....	41
4.5.4.2	Uji F .....	42
4.5.4.3	Uji Koefiensi Korelasi .....	42
4.5.4.4	Uji Koefiensi Determinasi .....	43
4.5.4.5	Uji Korelasi Antar Dimensi .....	43
<b>5.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
5.1	Latar Belakang Responden .....	45
5.2	Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
5.3	Analisis Main Test .....	54
5.3.1	Analisis Uji Asumsi Klasik .....	54
5.3.1.1	Uji Normalitas .....	54
5.3.1.2	Uji Multikolinearitas .....	55
5.3.1.3	Uji Linearitas .....	55
5.3.2	Analisis Hipotesis .....	56
5.3.2.1	Uji t .....	56
5.3.2.2	Uji F .....	60
5.3.2.3	Uji Koefiensi Korelasi .....	62
5.3.2.4	Uji Koefiensi Determinasi .....	62
5.3.2.5	Uji Korelasi Antar Dimensi .....	65
5.4	Pembahasan Penelitian .....	66
<b>6.</b>	<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>69</b>
6.1	Kesimpulan .....	69
1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	69
2.	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	70
3.	Pengaruh Keandalan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kepuasan Konsumen .....	70
4.	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Keandalan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	71
6.2	Saran .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Faktor Permasalahan dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Oriflame .....	3
Gambar 1.2.	Faktor Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Oriflame .....	4
Gambar 2.1.	Jaringan Pemasaran .....	13
Gambar 3.1.	Kerangka Berpikir .....	30

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Permasalahan Produk Oriflame .....	3
Tabel 1.2. Permasalahan Produk Oriflame .....	4
Tabel 2.1. Rating Produk Top Brand Index 2016-2018 .....	9
Tabel 2.2. Rating Produk Top Brand Index 2016-2018 .....	10
Tabel 2.3. Rating Produk Top Brand Index 2016-2018 .....	10
Tabel 2.4. Penelitian Pra-Survei Ketidakpuasan Responden .....	14
Tabel 3.1. Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 4.1. Skala Likert .....	35
Tabel 4.2. Operasional Variabel .....	36
Tabel 4.3. Kriteria Nilai Koefisiensi Korelasi .....	43
Tabel 4.4. Analisis Korelasi Antar Dimensi .....	44
Tabel 5.1. Karakteristik Responden .....	45
Tabel 5.2. Uji Validitas .....	48
Tabel 5.3. Presentase Responden .....	51
Tabel 5.4. Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 5.5. Hasil Uji Normalitas .....	54
Tabel 5.6. Hasil Uji Multikolinearitas .....	55
Tabel 5.7. Hasil Uji Linearitas .....	56
Tabel 5.8. Hasil Uji t .....	57
Tabel 5.9. Hasil Uji F .....	60
Tabel 5.10. Hasil Uji Koefisiensi Korelasi .....	62
Tabel 5.11. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi .....	63
Tabel 5.1.2. Hasil Uji Korelasi Antar Dimensi .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kesioner .....	77
Lampiran 2.	Hasil Olah Data .....	80