



**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP HARGA DAN
KUALITAS PRODUK FASHION ZARA
JAKARTA PUSAT**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

RASYA NATASYA

14030118120031

**DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSTAS DIPONEGORO**

2021

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Rasya Natasya
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030118120031
3. Departemen : Administrasi Bisnis
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul

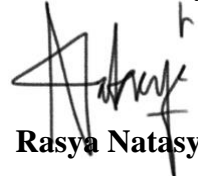
**Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Harga dan Kualitas Produk Fashion
ZARA Jakarta Pusat**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jakarta, 30 Desember 2021

Pembuat Pernyataan



Rasya Natasya

NIM. 14030118120031

HALAMAN PENGESAHAN

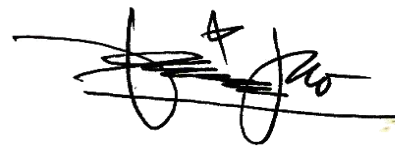
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Harga dan Kualitas Produk Fashion ZARA Jakarta Pusat
 Nama : Rasya Natasya
 NIM : 14030118120031
 Departemen : Administrasi Bisnis

Jakarta, 30 Desember 2021
 Wakil Dekan 1

Dekan



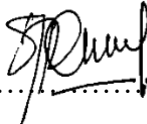
Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP.
 NIP. 196408271990011001



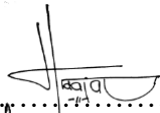
Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin.
 NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing:

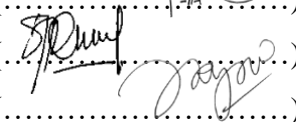
Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si


 (.....)
Dosen Penguji:


1. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si


 (.....)

2. Prof. Dr. Ari Pradhanawati, MSi


 (.....)

3. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si


 (.....)

MOTTO

“Do your best, and let God do the rest” – Ben Carson

“So, which of the favors of your lord would you deny?” – Q.S Ar Rahman 55: 13

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi

Maha Penyayang, karena atas berkat, rahmat, dan kuasanya

Terima kasih kepada kedua orang tua dan keluarga saya yang selalu mendukung

dan memberikan semangat setiap saat

Terima kasih kepada “Girls: Isma, Tiara, Ganesya”

Terima kasih kepada “Boing 711: Ellena & Cindy”

Terima kasih kepada Geng Princess: Dianissa, Ratih, Chunny, Adhila, Farah,

Cerin, Caca, yang selalu kumpul2 cantik di Semarang

Terima kasih kepada Cezzare Reinaldho hehe

Terima kasih kepada Melta & Abang

Terima kasih kepada teman – teman Administrasi Bisnis 2018 yang sudah

membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan Skripsi

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	5
DAFTAR GAMBAR.....	7
DAFTAR TABEL	8
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.5 Kerangka Teoritis.....	12
1.5.1 Perilaku Konsumen	12
1.5.2 Harga	13
1.5.3 Manajemen Pemasaran	16
1.5.4 Pemasaran.....	16
1.5.5 Bauran Pemasaran	17
1.5.6 Produk.....	19
1.5.7 Kepuasan Konsumen	22
1.5.8 Analisis antar Variabel	27
1.6 Hipotesis	28
1.7 Definisi Konsep	29
1.7.1 Kepuasan Konsumen	29
1.7.2 Harga	30
1.7.3 Kualitas Produk	30
1.8 Definisi Operasional.....	30
1.8.1 Kepuasan Konsumen	30
1.8.2 Harga	30
1.8.3 Kualitas Produk	31
1.9 Metode Penelitian	31
1.9.1 Tipe Penelitian.....	32
1.9.2 Populasi dan Sampel.....	32
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
1.9.4 Jenis dan Sumber Data	34
1.9.5 Skala Pengukuran	35
1.9.6 Teknik Pengumpulan Data	36
1.9.7 Teknik Pengolahan Data.....	37
1.9.8 Teknik Analisis Data	38
BAB II	42
2.1 Sejarah Perkembangan ZARA	42
2.2 Visi dan Misi ZARA	44
2.2.1 Visi ZARA	44

2.3 Logo Perusahaan	44
2.4 Produk Perusahaan	45
2.5 Identitas Responden	47
2.5.1 Responden Berdasarkan Umur	47
2.5.2 Responden Berdasarkan Pendidikan	48
2.5.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
2.5.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian dan Penggunaan Produk dalam 6 bulan Terakhir	50
2.5.5 Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	51
2.5.6 Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	52
BAB III	54
3.1 Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	54
3.2 Analisis Importance Performance	56
3.3 Pembahasan.....	60
BAB IV	63
4.1 Kesimpulan	63
4.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Top Brand Index Zara	11
Gambar 1.2	Model Perilaku Konsumen	17
Gambar 1.3	Konsep Kepuasan Konsumen	27
Gambar 1.4	Peta Posisi <i>Importance Performance</i>	40
Gambar 2.1	Logo Zara	45
Gambar 3.1	Diagram Importance Performance Analysis Variabel Harga.....	78
Gambar 3.2	Diagram Importance Performance Analysis Variabel Kualitas Produk.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Penyebaran Lokasi Gerai Zara di DKI Jakarta.....	10
Tabel 1.2.	Instrumen Skala Likert (Harapan)	39
Tabel 1.3.	Instrumen Skala Likert (Kinerja)	40
Tabel 2.1.	Umur Responden	48
Tabel 2.2.	Pendidikan Terakhir	49
Tabel 2.3.	Jenis Pekerjaan	50
Tabel 2.4.	Penghasilan per Bulan	51
Tabel 2.5.	Pengeluaran per Bulan	52
Tabel 3.1.	Tingkat Kesesuaian Pelanggan Zara Harga Produk Terjangkau..	55
Tabel 3.2.	Tingkat Kesesuaian Pelanggan Zara Harga Produk Sesuai dengan Kualitas Produk	56
Tabel 3.3.	Tingkat Kesesuaian Pelanggan Zara Harga Produk Dapat Bersaing dengan Produk Lain	57
Tabel 3.4.	Tingkat Kesesuaian Pelanggan Zara Harga Produk Sesuai dengan Value yang Diperoleh	58
Tabel 3.5.	Rekapitulasi Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Zara Variabel Harga	59
Tabel 3.6.	Tingkat Kesesuaian Pelanggan Zara Kualitas Kain yang Digunakan Produk	60
Tabel 3.7.	Tingkat Kesesuaian Pelanggan Zara Jahitan yang Dibuat	61
Tabel 3.8.	Tingkat Kesesuaian Pelanggan Zara Model yang Ditawarkan Sesuai dengan Kebutuhan	62
Tabel 3.9.	Tingkat Kesesuaian Pelanggan Zara Variasi Ukuran Produk	63
Tabel 3.10.	Tingkat Kesesuaian Pelanggan Zara Keberagaman Kategori Produk	64
Tabel 3.11.	Rekapitulasi Perhitungan Tingkat Kepuasan Pelanggan Zara Variabel Kualitas Produk	66
Tabel 3.12.	Indikator pada Diagram Importance Performance	68

