

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN UMKM PERCETAKAN SOUVENIR
ANGGREK PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : M.Widad Rizany

Nim : 212016236M

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN UMKM PERCETAKAN SOUVENIR
ANGGREK PALEMBANG**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Nama : M.Widad Rizany

Nim : 212016236M

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M.Widad Rizany
Nim : 212016236M
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skirpsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap
Kepuasan Pelanggan UMKM Percetakan Souvenir
Anggrek Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Juni 2020



M.Widad Rizany

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Univesitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap
Kepuasan Pelanggan UMKM Percetakan Souvenir
Anggrek Palembang

Nama : M.Widad Rizany
NIM : 212016236M
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal 2020

Pembimbing I,



Hj. Maftuha Nurrahmi, S.E.,M.Si
NIDN/NBM: 0216057001/673839

Pembimbing II,



Yudha Mahrom DS,S.E.,M.Si
NIDN: 0221036902

Mengetahui
Dekan

u.b Ketua Program Studi Manajemen



Salcha Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN/NBM: 0229057501/859189

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Kesuksesan ada di tanganmu jika kamu mau menjemputnya, karena itu jadilah seseorang yang rajin berusaha dalam segala hal sebab tak ada kesuksesan tanpa usaha dan sukses tidak akan di raih tanpa do’a.”

“Ya Tuhan (Allah SWT) lapangkanlah dadaku, mudahkanlah segala urusanku dan lepaskanlah kekakuan lidahku, agar mereka mengerti perkataanku”

(QS. At- Thaha : 25)

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum, kecuali mereka mengubah keadaan mereka sendiri”

(QS. Ar- Ra’ad : 11)

PERSEMBAHAN

Rasa Syukur Kupersembahkan Kepada:

- ❖ **Tuhan Yang Maha Esa”Allah SWT” Segala Puji BagiNya**
- ❖ **Nabi Besar Kita” Nabi Muhammad Rasulullah SAW” Kekagumanku Untuknya**

Ku Persembahkan Karya Sederhana ini Kepada:

- ❖ **Mama dan Papa Tercinta dengan Segala Restu dan Do’anya**
- ❖ **Keluarga Besarku yang Luar Biasa dengan Semangatnya**
- ❖ **Kekasihku Tercinta Atas Segala Cinta dan Motivasinya**
- ❖ **Dosen Pembimbingku yang penuh Perhatian dalam Memberikan Bimbingannya**
- ❖ **Sahabat-Sahabatku yang Selalu Ceria dan Semangat(Kartika, Andi, Mifta, Rully, Iis, Yogi, W inggi, Aji)**
- ❖ **Rekan Kerjaku Atas Segala dukungannya**

PRAKATA



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahamt dan karunia-Nya serta memberikan kesabaran, kesehatan, kekuatan dan ketabahan kepada penulis sehingga atas izin dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Ayahanda Bujang Sayuti (alm), ibunda Mun'ya, kakak dan adikku tercinta selaku motivator terbesar dalam menyelesaikan skripsi ini. Terutama kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli,S.E.,M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang, beserta staf dan karyawan/karyawatiya.
2. Bapak Drs. H.Fauzi Ridwan,S.E.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuha Nurrahmi. S.E.,M.Si. selaku Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan bimbingan dan saran yang banyak dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan bimbingan dan saran yang banyak dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Ibu Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

6. Ibu Diah Isnaini Asiati,S.E.,M.Si selaku Wakil Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah membantu memberikan data-data yang penulis butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Sahabat-Sahabatku (Kartika, Iis Dahlia, Andi Andika, M.Mifta Hadi, Rully Rohmatika Anggraini, Yogi Agusnadi, Winggi, Aji dan lainnya)
9. Seluruh sahabatku Tapak Suci (kak agus, kak daus, kak ari, kak toeng, sipad, dyah, bon2, kupek, fahmi, dayat, tomi dan lainnya)
10. Seluruh rekan kerjaku yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semua pihak yang tidak bias saya sebutkan satu-persatu yang sengaja maupun tidak sengaja yang telah berpartisipasi memberikan bantuan, saran, dukungan dan do'a dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT dapat membalas budi baik dan kelancaran rezeki dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini.Aamiin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Palembang, 12 Agustus 2020

M.Widad Rizany

ABSTRAK

M.Widad Rizany/212016236/2020/Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Percetakan Souvenir Anggrek Palembang/Manajemen Pemasaran

Rumusan-rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Adakah Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Percetakan Souvenir Anggrek Palembang. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Lokasi penelitian ini beralamatkan di Jl. Lunjuk Jaya No.20 Palembang. Jumlah populasi 30, dengan sampel sebanyak 30 orang, dengan tehnik propotionate stratified random sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Tehnik analisis menggunakan regresi linier berganda, uji F (simultan), uji t (parsial) dan koefisien determinasi.

Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM percetakan Souvenir Anggrek Palembang. Hasil uji Hipotesis F menunjukkan ada pengaruh secara signifikan Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Produk secara parsial Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM percetakan Souvenir Anggrek Palembang. Hasil uji Hipotesis t menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan variabel Kualitas Produk dan variabel Harga secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM percetakan Souvenir Anggrek Palembang. Hasil koefisien determinasi sebesar 0,869 memberikan makna bahwa variabel Kualitas Produk dan Harga hanya mampu menjelaskan perubahan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 86,9%. Sedangkan sisanya 13,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM percetakan Souvenir Anggrek Palembang.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk dan Harga

Abstract

M. Widad Rizany / 212016236/2020 / The Influence of Product Quality and Prices on Customer Satisfaction of Percetakan Souvenir Anggrek UMKM Palembang / Marketing Management

The formulations of the problem in this study were whether or not there was an Influence of Product Quality and Price on Customer Satisfaction of Percetakan Souvenir Anggrek UMKM. This study was an associative research. The location of this study was at Jl. Lunjuk Jaya No.20 Palembang. The total population was 30, with a sample was 30 people, with a proportionate stratified random sampling technique. The data used was primary and secondary data. The methods of data collection were through questionnaires and interviews. The data analysis used was qualitative and quantitative analysis. The analysis technique used multiple linear regression, F test (simultaneous), t test (partial) and the coefficient of determination.

The results of the multiple linear regression equation showed that there was a positive influence between Product Quality and Price on Customer Satisfaction of the Percetakan Souvenir Anggrek UMKM Palembang. Hypothesis F test results showed that there was a significant influenced of Product Quality and Price on Customer Satisfaction, Product Quality variable (X1), Product Quality partially gave an influence of the SME Customer Satisfaction of Percetakan Souvenir Anggrek UMKM Palembang. The hypothesis t test results showed that there was a significant influence of Product Quality and Price variables partially on the Customer Satisfaction of Percetakan Souvenir Anggrek UMKM Palembang. The coefficient of determination was 0.869 means that the variables of Product Quality and Price were only able to explain changes to the Customer Satisfaction variable as 86.9%. Meanwhile the remaining 13.1% was explained by other factors not included in this study. The results showed that there was an influence of Product Quality and Price on Customer Satisfaction of the Percetakan Souvenir Anggrek UMKM Palembang.

Keywords: Customer Satisfaction, Product Quality and Price

PENGESAHAN

NO. 507 / Abstract / LB / UMP / XIII / 20 20

Telah di Koreksi oleh

Lembaga Bahasa

Universitas Muhammadiyah Palembang 

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PRAKATA	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	viii
HALAMAN ABSTRAK IN ENGLISH	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori	14
1. Kepuasan Pelanggan	14
2. Kualitas Produk	18
3. Harga	21
B. Penelitian Sebelumnya	24
C. Kerangka Pemikiran.....	25
D. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	26
1. Pengertian Penelitian Deskriptif	26
2. Pengertian Penelitian Komperatif	26
3. Pengertian Penelitian Asosiatif	26
B. Lokasi Penelitian	27
C. Operasionalisasi Variabel.....	27
D. Populasi Dan Sampel	28
E. Data Yang Diperlukan	30

1. Data Primer	30
2. Data Sekunder	30
F. Metode Pengumpulan Data	30
1. Angket	30
2. Wawancara	31
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	31
1. Analisis Data	31
2. Uji Instrumen	33
3. Teknik Analisis	33
4. Uji Hipotesis	34
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	38
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
2. Uji Instrumen.....	39
3. Gambaran Umum Karakteristik Responden	41
4. Gambaran Umum Jawaban Responden.....	44
5. Proses Pengujian	49
B. Pembahasan Hasil Penelitian	54
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN5	
A. Simpulan	61
B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Persaingan Percetakan Souvenir Anggrek	4
Tabel I.2 Kepuasan Pelanggan Souvenir Anggrek	8
Tabel I.3 Kualitas Produk Souvenir Anggrek	9
Tabel I.4 Harga Souvenir Anggrek	10
Tabel III.1 Operasional Variabel	27
Tabel III.2 Skala Likert	32
Tabel IV.1 Uji Validitas	40
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	41
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pelanggan	43
Tabel IV.6 Kepuasan Pelanggan	44
Tabel IV.7 Kualitas Produk	46
Tabel IV.8 Harga	48
Tabel IV.9 Analisis Regresi Linier Berganda	50
Tabel IV.10 Uji F	51
Tabel IV.11 Uji t	51
Tabel IV.12 Uji Koefisien Determinasi	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka pemikiran	22
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner

Lampiran Tabulasi Data Jawaban Responden

Lampiran Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran Jadwal Kegiatan Penelitian

Lampiran Biodata

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsep pemasaran merupakan suatu filsafat yang menekankan pada kebutuhan akan orientasi pada pemasaran yang sejalan dengan kepentingan jangka panjang masyarakat. Pemasaran dan operasi perusahaan harus di arahkan ke pemuasan keinginan jangka panjang konsumen dengan memperhatikan kepentingan-kepentingan masyarakat dalam memperoleh laba yang di inginkan. Secara singkat pemasaran diakui sebagai unsur yang meresap keseluruhan sistem manajemen bisnis. Seluruh kegiatan pengelola harus diarahkan menuju ke proses pemasaran yang efektif.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang tujuannya menyediakan barang dan jasa bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Keberhasilan dari usaha pemasaran dapat dilihat dari volume penjualan yang meningkat dan keuntungan yang berlipat, sedangkan dari pihak konsumen dapat dilihat dari kepuasan mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. Pemasaran tidak hanya dipandang sebagai suatu bagian pemasaran, tetapi pemasaran terjadi jauh sebelum produk direncanakan akan terus terlihat jauh sebelum produk terjual. Pemasaran produk yang baik, memberi harga yang menarik, dan membuatnya dekat dengan pelanggan yang ada sekarang maupun pelanggan potensial.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, maka dunia usaha pun mengalami perkembangan yang pesat dengan munculnya berbagai perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*). Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kebutuhan konsumennya agar bisa membuat konsumen itu merasa puas setelah membeli produk di perusahaan.

Proses ini merupakan bagian dari kegiatan penciptaan dan penyampaian nilai kepada konsumen yang tujuan akhirnya adalah kepuasan konsumen. Dalam dunia usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kepuasan pelanggan menjadi sangat penting dilakukan terlebih setelah persaingan semakin meningkat. Kepuasan pelanggan berperan penting dan menjadi dasar bagi perusahaan (UMKM) untuk menentukan target dan memposisikan produknya (*positioning product*) agar berbeda dengan pesaingnya.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu pendorong perekonomian rakyat yang tangguh. Hal tersebut dikarenakan para pengusaha mikro kecil dan menengah ini berawal dari industri rumahan atau keluarga, dengan demikian pengusaha tersebut lebih banyak yang berasal dari

kalangan menengah ke bawah. Selain itu UMKM dinilai mempunyai peran penting dalam mengatasi permasalahan ekonomi negara, dikarenakan semakin banyak rakyat yang mandiri dan juga membantu menyediakan lapangan pekerjaan. Perkembangan sektor UMKM di Indonesia merupakan potensi yang besar apabila hal ini dikelola dan dikembangkan dengan baik tentu akan dapat mewujudkan usaha menengah yang tangguh.

Kepuasan Pelanggan merupakan hal penting bagi suatu perusahaan. Sering terlihat slogan-slogan "Pelanggan adalah raja". "Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau asli) terhadap ekspektasi mereka." (Kotler, et al 2015:138)

Kualitas Produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. (Kotler and Armstrong 2012:283)

Harga bagi konsumen merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. (Purnamasari 2015:3)

Salah satu UMKM di Palembang yang banyak diminati oleh pengusaha adalah industri percetakan, karena keuntungan yang diperoleh cukup menjanjikan serta dalam memulai usaha ini tidak harus memerlukan modal yang besar,

dikarenakan sudah banyak percetakan besar yang telah menawarkan jasa maklon atau jasa cetak bagi pengusaha percetakan yang belum mempunyai mesin cetak sendiri. Hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya pengusaha-pengusaha baru yang membuka usaha percetakan di Palembang.

Berdasarkan data persaingan pasar souvenir, dapat diketahui tingkat persaingan tersebut, sebagai berikut :

Tabel I.1 Persaingan Percetakan Souvenir Anggrek

No	Uraian	Omzet Rupiah
1	Souvenir Anggrek	25-48 juta/bulan
2	Souvenir Cendrawasih	21-42 juta/bulan
3	Souvenir Sriwijaya	18-39 juta/bulan

Sumber: UU No. 20 Tahun 2008

Berdasarkan Tabel I.1, dapat dilihat kuatnya persaingan pengusaha yang bergelut dalam industri percetakan souvenir, hal tersebut sangat terlihat dari tingkat omzet yang mampu diraup oleh tiap usaha percetakan souvenir yang relatif sangat bersaing tipis. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat ini, pengusaha tidak hanya dituntut sekedar dapat memproduksi barang dan jasa bagi konsumen, tetapi juga dituntut untuk penawaran dan pelayanan yang lebih baik kepada pasar sasaran secara tepat dan efisien dibandingkan dengan yang ditawarkan para pesaingnya pada industri serupa.

Industri percetakan souvenir sendiri memiliki berbagai sub sektor antara lain, percetakan offset atau percetakan yang lebih banyak mencetak diatas kertas, percetakan konveksi dan sablon atau percetakan bahan kain, percetakan digital atau percetakan dengan teknologi komputerisasi dan menggunakan alat yang lebih modern. Penelitian ini akan dilakukan pada sub sektor UMKM percetakan digital yang bergerak dalam industri percetakan souvenir atau barang promosi pada UMKM Anggrek Souvenir.

Manajemen percetakan souvenir Anggrek Palembang kebanyakan masih belum mampu memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsumen, sebab masih banyak juga konsumen yang beralih memilih percetakan souvenir lainnya. Hal ini berdampak langsung pada adanya alternatif pilihan yang dapat dipilih konsumen melalui percetakan souvenir miliki pesaing, karena strategi yang ditetapkan oleh percetakan souvenir Anggrek hanya efektif memuaskan sebagian pelanggan, sedangkan sisanya memilih untuk beralih kepada pesaing. Penentuan pasar yang tidak jelas atau kurang terarah tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi posisi pasar dari percetakan souvenir itu sendiri.

Apabila ingin berhasil dalam persaingan, percetakan souvenir Anggrek harus berupaya untuk membangun persepsi konsumen mengenai kualitas produk dan harga yang ditawarkannya mampu melebihi ekspektasi konsumen dibandingkan kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh pesaing. Seperti dijelaskan sebelumnya, karena percetakan souvenir Anggrek khususnya di Palembang meskipun sudah memimpin pasar, namun belum banyak yang menciptakan daya saing pembeda, maka brand image yang tertanam dalam benak konsumen menjadi

kabur atau bahkan berbeda dengan brand identity yang ingin diciptakan oleh perusahaan. Konsumen masih beranggapan tidak ada perbedaan yang signifikan antara percetakan souvenir yang satu dengan percetakan souvenir yang lainnya, karena percetakan souvenir Anggrek belum mampu menciptakan jarak yang kuat dalam persaingan bisnisnya terhadap para pesaing pasarnya..

UMKM percetakan Souvenir Anggrek Palembang merupakan salah satu usaha yang banyak digeluti orang dikarenakan harga bahan baku yang relatif murah dan mudah dalam memasarkan produk tersebut, karena pada dasarnya konsumen membeli souvenir dengan jumlah yang banyak. Dengan ini UMKM Percetakan Souvenir Anggrek Palembang merupakan salah satu pusat pembelanjaan souvenir yang banyak diminati oleh masyarakat Palembang pada khususnya dan wisatawan pada umumnya, karena produk yang dihasilkan merupakan asli hasil kerajinan tangan karyawannya dan bahan yang digunakan lebih kuat, menggunakan songket Palembang, variasi bentuk dan motif merupakan ide langsung dari pemiliknya. Adapun produk yang ditawarkan oleh UMKM Percetakan Souvenir Anggrek Palembang adalah Souvenir, undangan, hantaran hias, mahar, pin dan bunga panitia, pelaminan, hiasan kamar, rias pengantin.

Souvenir Anggrek merupakan salah satu toko souvenir yang diminati wisatawan atau lokal, lokasi Souvenir mudah dijangkau karena tempatnya berada di pusat kota. Souvenir anggrek memiliki berbagai souvenir untuk dijual seperti dompet, gantungan kunci, sendok, kipas, gunting kuku, bros, pin, handuk, pulpen, Keramik Tusuk Gigi Printing, pengupas buah, sisir kayu, centong kayu,

kemonceng bulu ayam, sapu tangan, pembuka koting botol, bunga panitia dan lainnya.

Salah satu usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan yang cukup penting dalam suatu perusahaan adalah Harga produk yang akan di jual, Perusahaan harus bisa menentukan harga produk yang akan di jual karena kalau lebih mahal dari perusahaan lain maka konsumen bisa-bisa akan membeli produk tersebut di toko lain. Dari itulah perusahaan harus dapat menyesuaikan harga produk tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi percetakan souvenir Anggrek. Sebab persaingan dalam dunia percetakan souvenir di Kota Palembang begitu ketat, maka percetakan souvenir Anggrek dituntut harus sebaik mungkin menciptakan inovasi pada pasar sasarnya. Percetakan souvenir Anggrek harus termotivasi untuk menjadi yang terbaik, dan dituntut untuk meningkatkan permintaan pelanggan, bukan hanya menarik pelanggan saja namun juga untuk mempertahankan pelanggan yang telah ada demi tetap menjadi pemimpin pasar yang kuat.

Peneliti melakukan Survei terhadap 30 pelanggan Souvenir Anggrek untuk mengindikasikan fenomena yang terjadi pada Souvenir Anggrek, berikut disajikan data fenomena tersebut :

Tabel I.2 Kepuasan Pelanggan Souvenir Anggrek

No	Indikator	Puas	Tidak Puas
1.	Souvenir Anggrek dapat memenuhi harapan pelanggan	17	13
2.	Pelanggan loyal/setia untuk berlangganan dengan Souvenir Anggrek	14	16
3.	Souvenir Anggrek memiliki lokasi yang strategis yaitu di tengah-tengah Kota Palembang	12	18

Sumber : Wawancara Terhadap Pelanggan Souvenir Anggrek Tahun 2020

Berdasarkan hasil wawancara yang terdapat pada Tabel I.2, maka diketahui fenomena yang terjadi pada Souvenir Anggrek, dari 30 orang pelanggan yang diwawancarai, terdapat 17 orang yang merasa bahwa Souvenir Anggrek mampu memenuhi harapan pelanggan, meskipun lebih banyak pelanggan yang merasa puas, namun masih cukup banyak pula pelanggan yang merasa tidak puas, hal ini dikarenakan tingkat kepuasan pelanggan yang berbeda-beda, dan bagi pelanggan yang memiliki selera tinggi Souvenir Anggrek tidak mampu memenuhi harapannya. Selain itu hanya terdapat 14 orang pelanggan yang merasa loyal/setia dengan Souvenir Anggrek, sedangkan sisanya jauh lebih banyak yang memilih tidak loyal, sebab pelanggan masih memiliki alternatif toko souvenir lainnya selain Souvenir Anggrek. Bahkan hanya terdapat 12 orang pelanggan saja yang menganggap lokasi Souvenir Anggrek strategis, sedangkan sisanya jauh lebih banyak yang menganggap lokasinya tidak strategis, maka hal ini membuktikan bahwa lokasi Souvenir Anggrek masih sulit untuk dijangkau oleh para pelanggan, dikarenakan lokasinya yang jauh bagi sebagian besar kalangan pelanggan. Maka hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan Souvenir Anggrek masih terbelang kurang baik.

Pelanggan yang kurang puas terhadap Souvenir Anggrek bukan tanpa sebab, melainkan ada alasan para pelanggan menjadi kurang puas, berdasarkan hasil wawancara lanjutan kepada 30 pelanggan tersebut, diketahui permasalahan kualitas produk dan harga melatar belakangi ketidakpuasan pelanggan, sebagaimana dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel I.3 Kualitas Produk Souvenir Anggrek

No	Indikator	Puas	Tidak Puas
1.	Souvenir Anggrek memiliki kehandalan dari segi kecepatan dan keramahan kepada pelanggan	14	16
2.	Souvenir Anggrek memiliki keistimewaan karena mempunyai ciri khas tersendiri, serta produknya yang menarik	16	14
3.	Souvenir Anggrek memiliki produk yang tahan lama karena dibuat dari bahan yang bagus	15	15

Sumber : Wawancara Terhadap Pelanggan Souvenir Anggrek Tahun 2020

Berdasarkan hasil wawancara yang terdapat pada Tabel I.3, maka diketahui fenomena yang terjadi pada Souvenir Anggrek, dari 30 orang pelanggan yang diwawancarai, hanya terdapat 14 orang yang merasa bahwa Souvenir Anggrek memiliki kehandalan dari segi kecepatan dan keramahan kepada pelanggan, sedangkan sisanya jauh lebih banyak yang menganggap kehandalan tersebut tidak memuaskan, hal ini dapat terjadi dikarenakan pelanggan yang merasa kurang diutamakan oleh Souvenir Anggrek, sebab Souvenir Anggrek masih sering memperlakukan pelanggan secara biasa saja tanpa dipelakukan secara khusus. Selain itu terdapat 16 orang pelanggan yang merasa Souvenir Anggrek memiliki keistimewaan karena mempunyai ciri khas tersendiri, sebab produknya yang menarik, namun masih cukup banyak pula pelanggan yang merasa tidak puas

dengan keistimewaan produk tersebut, hal ini dapat terjadi dikarenakan ide-ide pembuatan produknya yang masih dinilai umum bagi sebagian kalangan pelanggan, sebab secara karakteristik desain produknya masih memiliki banyak kemiripan dengan produk yang ditawarkan toko souvenir lainnya. Bahkan hanya terdapat 15 orang pelanggan saja yang menganggap Souvenir Anggrek memiliki produk yang tahan lama, sedangkan sisanya menganggap daya tahan tersebut biasa saja, hal tersebut dikarenakan bahan yang digunakan oleh Souvenir Anggrek masih dinilai standar bagi sebagian kalangan pelanggan, sehingga daya tahan produknya pun dianggap biasa saja dan sama seperti produk dari toko souvenir lainnya.

Tabel I.4 Harga Souvenir Anggrek

No	Indikator	Puas	Tidak Puas
1.	Souvenir Anggrek menawarkan produk dengan harga yang terjangkau	17	13
2.	Souvenir Anggrek menawarkan harga yang sesuai dengan manfaat produknya	12	18
3.	Souvenir Anggrek menawarkan harga yang bersaing dari toko souvenir lainnya	16	14

Sumber : Wawancara Terhadap Pelanggan Souvenir Anggrek Tahun 2020

Berdasarkan hasil wawancara yang terdapat pada Tabel I.4, maka diketahui fenomena yang terjadi pada Souvenir Anggrek, dari 30 orang pelanggan yang diwawancarai, terdapat 17 orang yang merasa bahwa Souvenir Anggrek menawarkan produk dengan harga yang terjangkau, sedangkan sisanya kurang puas terhadap keterjangkauan harga tersebut, hal ini dapat terjadi dikarenakan bagi sebagian pelanggan harga yang ditawarkan Souvenir Anggrek masih terbilang cukup mahal baginya, dengan demikian hal ini membuktikan bahwa

harga yang ditawarkan oleh Souvenir Anggrek hanya dirasakan terjangkau oleh sebagian pelanggan saja. Selain itu hanya terdapat 12 orang pelanggan yang merasa Souvenir Anggrek menawarkan harga yang sesuai dengan manfaat produknya, sedangkan sisanya jauh lebih banyak pelanggan yang tidak puas dengan kesesuaian harga tersebut, maka hal ini membuktikan bahwa harga yang ditawarkan oleh Souvenir Anggrek tidaklah sesuai bagi sebagian besar kalangan pelanggan, karena menurut pelanggan-pelanggan tersebut harga yang mereka bayarkan untuk membeli Souvenir Anggrek tidak sebanding dengan produk yang diterimanya. Bahkan terdapat 16 orang pelanggan saja yang menganggap Souvenir Anggrek menawarkan harga yang bersaing dengan toko souvenir lainnya, sedangkan sisanya menganggap harga tersebut masih kurang bersaing, contohnya tiap item yang dijual oleh Souvenir Anggrek yang paling murah hingga yang paling mahal berkisar Rp.9.900 hingga Rp.24.800, sedangkan pesaingnya menawarkan harga Rp.10.000 hingga Rp.25.000, perbedaan harga tersebut dengan yang ditawarkan pesaing masih terbilang tidak terlalu jauh harganya, sehingga keunggulan harga Souvenir Anggrek hanya bersaing untuk akumulasi pembelian dalam jumlah besar/grosir saja, namun apabila pelanggan membeli dalam jumlah kecil, maka pelanggan tidak terlalu merasakan perbedaan harganya karena perbandingannya yang begitu tipis dari pesaing.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka akan dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai aktifitas segmentasi pasar pada percetakan souvenir di Palembang dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Percetakan Souvenir Anggrek Palembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan UMKM Percetakan Souvenir Anggrek Palembang?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan UMKM Percetakan Souvenir Anggrek Palembang?
3. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan UMKM percetakan Souvenir Anggrek Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Percetakan Souvenir Anggrek Palembang.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Percetakan Souvenir Anggrek Palembang.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM percetakan Souvenir Anggrek Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti.

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran, khususnya dalam bidang promosi pemasaran dan juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan.

Diharapkan sebagai bahan masukan dalam mempertimbangkan dalam pembuatan dan penjualan Souvenir Anggrek Palembang.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini di harapkan sebagai bahan referensi untuk peneliti lain yang akan melaksanakan penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Menurut Kotler, et al (2015), “*Marketing an Introducting Prentice Hall twelfth edition*”,England : Pearson Education, Inc
- Fandi Tjiptono, et al (2015), *Strategi Pemasaran*.Edisi 4:Andi
- Gunawan Adisaputro (2010), *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*
Yogyakarta : Graha Ilmu
- Nasir., et al. 2014. Impact of Different Determinants on Customer’s Satisfaction Level (A Case of Fast Food Restaurant). *International Journal of Business and Management Invention vol.3 no.9 September 2014*.
- Gerson (2012), *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PPM
- (Rondonuwu, 2013), Kualitas Produk,Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nisan March Pada PT.Wahana Wirawan Manado. *JURNAL EMBA,Vol.1,no.4,Desember 2013,hal 718-728*.
- Kotler and Armstrong (2012), “Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux”,*Jurnal Riset Sains Indonesia*.Vol.3,No.1.
- Kotler and Armstrong dalam (Putro et al., 2014), “*Principles of Marketing*” (15th Edition). Pearson, New Jersey
- Kotler dan Keller (2011), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2,Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta
- Saleleng et al., (2014), Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA vol.2 no.3 September 2014*.
- Kotler dan Amstrong (2013),”*Marketing Management*” (14thEdition). England:Pearson Education
- Purnamasari (2015), Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JIP) vol.5 no.1 Tahun 2015*.
- Manus dan Lumanauw (2015), Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *Jurnal EMBA vol.3 no.2 Juni 2015*.

Khaerunnisa Tri Darmaningrum (2010), Penerapan Bauran Pemasaran dalam meningkatkan volume Penjual Produk Kripik Buah. Vol 17 : No 03

Sugiyono (2003: 11), *Statistik Untuk Penelitian* Bandung Alfabeta