

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN *ONLINE SHOP***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Akuntansi



Disusun oleh :

**SHEARLY THERESA
2008310334**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2013**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN *ONLINE SHOP***

Diajukan oleh :
SHEARLY THERESA
2008310334

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal :



(Dr. Agus Samekto, Ak., M.Si)

Co. Dosen Pembimbing,

Tanggal : 25/2013
3



(Dr. Drs. Djuwari, M.Hum)

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN *ONLINE SHOP***

S K R I P S I

Disusun oleh

SHEARLY THERESA

2008310334

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 20 Februari 2013

Tim Penguji

Ketua : **Dr.Dra. Rovila El Magviroh, Ak.,M.SI** 

Sekretaris : **Dr. Agus Samekto, Ak., M.Si.** 

Anggota : **Triana Mayasari, SE., M.Si., Ak.** 

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Shearly Theresa
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 22 Mei 1990
N.I.M : 2008310334
Jurusan : Akuntansi
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Pelanggan *Online Shop*

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal :



(Dr. Agus Samekto, Ak., M.Si)

Co. Dosen Pembimbing,

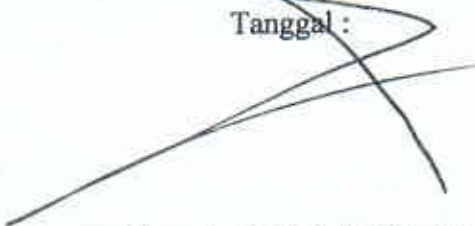
Tanggal :



(Dr. Drs. Djuwari, M.Hum)

Ketua Program Studi S1 Akuntansi

Tanggal :



(Supriyati, S.E., M.Si., Ak)

MOTTO

SEMANGAT DAN TERUS BERJUANG!!!

"Salah satu hal yang tidak dapat di daur ulang adalah waktu yang telah terbuang. Jadi pastikanlah kamu menggunakan setiap waktumu dengan baik"

Jangan pernah menyerah ataupun putus asa dalam belajar. Karena belajar tidak akan pernah mengenal usia dan batas waktu.

Setiap apa yang kita putuskan dan lakukan adalah cara belajar, belajar menghargai waktu, belajar mengenal ilmu dan pada akhirnya menjadi pelajaran dan sejarah dalam hidup kita untuk menjadikan pengalaman yang lebih dewasa di kehidupan kita.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Penelitian ini merupakan suatu anugerah yang luar biasa, merupakan suatu perjalanan terakhir dari masa perkuliahanku dalam menempuh Strata Satu (S1), dan suatu kebahagiaan tersendiri karena di Hari Rabu, tanggal 20 Februari 2013. Jam 11.15 WIB, aku dinyatakan lulus dalam masa kuliah 4 tahun dan bertepatan dengan 22 tahun yang lalu akan aku dilahirkan di dunia. Oleh karena itu, saya ingin mempersembahkan Skripsi ini, kepada:

Tuhan Yang Maha Esa, karena atas anugrahNya, kelancaranNya, pertolonganNya, kesehatanNya dan segalaNya sehingga dapat diselesaikannya perkuliahan selama 4 tahun dan sidang skripsi sesuai harapan dan cita-cita.

Terima kasih kepada Papa Tercinta, Mama Tercinta, Suami Tercinta, Anak-anakku tercinta dan kusayangi yang telah menjadi semangat hidupku untuk cepat menyelesaikan skripsi ini beserta **Kakak-kakakku** (Billy dan Ricky) dan **Mama mertua** yang sudah memberikan kasih sayang, cinta, perhatian, doa, semangat, dukungan tanpa batas.

Love You so much,,,☺

Terima kasih pula kepada Om dan Tante yang telah membantu meluangkan waktu untuk memomong anakku Aleam sehingga Skripsi ini cepat terselesaikan..☺

Terima kasih pula untuk Sahabat-sahabatku tersayang; angkatan 2008 (Genk jemblunk), angkatan 2009 (dita dan tiara), Genk Cuitz karena telah membantu, memberikan informasi dan memberikan semangat selama proses pengerjaan Skripsi, dan kelancaran sidang.

Dan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah turut mendoakan, membantu, dan memberikan dukungan selama ini...^^

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan ini dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan *Online Shop*”. Skripsi ini ditulis dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat didalam menyelesaikan program pendidikan Strata Satu Jurusan Akuntansi.

Didalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan masukan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan dengan tulus rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof.Dr.Dra.Tatik Suryani, S.Psi, MM, selaku ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Supriyati S.E.,M.Si selaku Ketua Profram Studi S1 Akuntansi STIE Perbanas Surabaya.
3. Bapak Dr.Agus Samekto, Ak.,M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dr.Drs.Djuwari, M.Hum selaku Co Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen STIE Perbanas Surabaya, khususnya tim Dosen yang telah memberikan ilmunya serta inspirasi bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Akuntansi Manajemen	10
2.3 Peranan Akuntansi Manajemen dalam Organisasi dan Peranan Informasi bagi Manajer.	11
2.3.1 Organisasi dan sasaranny	11
2.4 Akuntansi Manajemen sebagai suatu Tipe Informasi	12
2.5 Peranan Akuntansi Manajemen bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam Organisasi	13
2.6 Peranan Informasi Bagi Manajer	14
2.7 Perbedaan Akuntansi Manajemen dan Akuntansi Keuangan ...	14
2.8 Perilaku Etis Akuntan Manajemen	15
2.9 Hubungan Akuntansi Manajemen dengan Online Shop	18
2.10 Landasan Teori	20
2.10.1 Teori Harapan (<i>Expectancy Theory</i>)	20
2.10.2 Pengertian <i>Online Shop</i>	20
2.10.3 Manfaat dan Tujuan <i>Online Shop</i>	21
2.10.4 Bisnis <i>Online</i> dalam SWOT	23
2.10.5 Pengertian Pemasaran	24
2.10.6 Pengertian Produk	26
2.10.7 Pengertian Harga	27
2.10.8 Kepuasan Pelayanan	30
2.10.9 Kepuasan Konsumen	31

2.10.10	Proses Pengambilan Keputusan	33
2.10.11	Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan	35
2.3	Kerangka Pemikiran	37
3.4	Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian	39
3.2	Batasan Penelitian	39
3.3	Identifikasi Variabel	39
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
3.4.1	Definisi operasional	40
3.4.1.1	Definisi Operasional Variable bebas	40
3.4.1.2	Definisi Operasional Variabel terikat	45
3.4.2	Pengukuran variable	46
3.5	Instrumen Penelitian	46
3.6	Populasi, sample, dan Teknik Pengambilan Sample	47
3.7	Data dan Metode Pengumpulan data	47
3.7.1	Data	47
3.7.2	Kuisisioner	48
3.8	Uji Validitas dan Realiabilitas Instrumen Penelitian	48
3.9	Teknik Analisis Data	50
3.9.1	Analisis Deskriptif	50
3.9.2	Analisis Statistik	50
3.9.2.1	Melakukan uji serempak	51
3.9.2.2	Melakukan uji parsial	52
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA		
4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	54
4.2	Analisis Deskriptif	56
4.2.1	Analisis Deskriptif Identitas Responden	56
4.3	Analisis Deskriptif Jawaban Responden	59
4.3.1	Uji Asumsi Klasik Analisis Regresi	64
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda	66
4.5	Pembahasan	72
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Keterbatasan Penelitian	77
5.3	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1	: Kisi-Kisi Pertanyaan	47
Tabel 4.1	: Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.2	: Hasil Uji Realibilitas	57
Tabel 4.3	: Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	57
Tabel 4.4	: Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.5	: Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.6	: Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan KotaLokasi	59
Tabel 4.7	: Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja Onlne dalam 3 Bulan Terakhir.....	60
Tabel 4.8	: Kategori Rata-Rata Jawaban	61
Tabel 4.9	: Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Pelayanan	61
Tabel 4.10	: Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitaa Produk	63
Tabel 4.11	: Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga.....	64
Tabel 4.12	: Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan Pelanggan	65
Tabel 4.13	: Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.14	: Hasil Uji Multikolinierr itas	66
Tabel 4.15	: Hasil Uji Heteroskendastisitas	67
Tabel 4.16	: Hasil Estimasi Koefisien Regresi.....	68
Tabel 4.17	: Hasil Uji F	70
Tabel 4.18	: Nilai R dan R <i>Square</i>	71
Tabel 4.19	: Hasil Uji t	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambara 2.1 : Proses Keputusan Pembelian.....	34
Gambar 2.2 : Customer Perception Of Quality and Customer Satisfaction..	36
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran	37

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Data Penelitian
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Uji Validitas
- Lampiran 5 : Uji reliabilitas
- Lampiran 6 : Distribusi Frekuensi Identitas Responden
- Lampiran 7 : Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 8 : Deskripsi Statistik Jawaban Responden
- Lampiran 9 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 10 : Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 11 : Tabel Statistik Untuk Distribusi F
- Lampiran 12 : Tabel Statistik Untuk Distribusi t

**THE EFFECT ANALYSIS OF SERVICE QUALITY,
QUALITY PRODUCT AND PRICE ON ONLINE SHOP
CUSTOMERS' SATISFACTION**

ABSTRACT

It is known that the quality of service, product, and price are the important factors for the customers of online shop. This study aims to find out the effect of quality of service, quality of products, and price on the customers' satisfaction of online shop. The research method used in this research is descriptive-quantitative with the population of online shop customers. The sample consists of 30 respondents of the online shop in which they were taken by non-random sampling technique and accident sampling. The data were taken by using questionnaires while the data analysis was done by multiple linear regressions. The results showed that the three factors: the quality of service, the quality of products, and price have significant effect on the online shop customers' satisfaction. The most dominant one is the quality of service with the significance score of 25.13. This means that the three factors above are important for improving the customers' satisfaction for online shop.

Keywords: Customer Satisfaction, Quality of Service, price.