

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *PERCEIVED SACRIFICE*,
PERCEIVED VALUE, DAN *PRICE FAIRNESS*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
TAMAN SARI RASA WATERPARK CILACAP**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Mencapai Derajat Sarjana S-1

Oleh:

VIOLA AMDYA RIFQI

1102010030

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S-1

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

2015

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *PERCEIVED SACRIFICE*,
PERCEIVED VALUE, DAN *PRICE FAIRNESS*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
TAMAN SARI RASA *WATERPARK CILACAP***



Oleh:

VIOLA AMDYA RIFQI

1102010030

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be "HE", is placed below the word "Pembimbing".

(Hermin Endratno, S.E., M.Si)

NIK. 2160289

HALAMAN PENGESAHAN


PENGARUH *PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED SACRIFICE, PERCEIVED VALUE, DAN PRICE FAIRNESS* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* TAMAN SARI RASA *WATERPARK CILACAP*

**VIOLA AMDYA RIFQI
1102010030**


Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi
Pada Hari Selasa Tanggal 17 Februari 2015

SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI


**Ketua
Dekan**


(Iwan Fakhruddin, S.E., M.Si)
NIK. 2160186

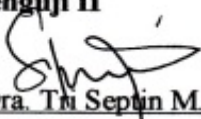
**Sekretaris
Kaprodi Manajemen S1**


(Hermin Endratno, S.E., M.Si)
NIK. 2160289


Penguji I


(Hermin Endratno, S.E., M.Si)
NIK. 2160289

Penguji II


(Dra. Tri Septin M.R., M.Si)
NIK. 2160128

Penguji III


(M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si)
NIK. 2160159

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

(Iwan Fakhruddin, S.E., M.Si)
NIK. 2160186


SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : VIOLA AMDYA RIFQI
NIM : 1102010030
Program Studi : Manajemen SI
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyusun skripsi dengan judul:

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *PERCEIVED SACRIFICE*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* TAMAN SARI RASA WATERPARK CILACAP.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bukan dibuatkan orang atau jiplakan atau modifikasi karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan atau kesamaan adalah merupakan hal yang tidak disengaja dan saya siap menerima sanksi.

Purwokerto, Maret 2015



MOTTO

“Terkadang Apa Yang Kita Inginkan Tak Selamanya Dapat

Kita Raih, Akan Tetapi Yakinlah Apa Yang Diberikan Nya

Adalah Yang Terbaik Untuk Kita Jalani

Alangkah Indahnya Hidup Kita Jika Semua Karena

ALLAH SWT”



PERSEMBAHAN



Skripsi Ini Kupersembahkan Untuk:

**Ayahanda Dan Ibundaku Tercinta
Mereka Alasan Terbesarku Dalam Penyemangat Hidupku
Yang Senantiasa Memberikan Do'a, Dukungan
Kasih Sayang Dan Cinta Yang Tiada Henti.**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived quality*, *perceived sacrifice*, *perceived value*, dan *price fairness* terhadap *customer satisfaction* Taman Sari Rasa *Waterpark* Cilacap. Dimana variabel independen dalam penelitian ini adalah *perceived quality*, *perceived sacrifice*, *perceived value*, dan *price fairness*, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *customer satisfaction*.

Penelitian ini dilakukan di Taman Sari Rasa *Waterpark* Cilacap. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey yaitu dengan menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 99 responden dengan menggunakan teknik sampling *purposive sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2).

Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan. Hasil pengujian secara parsial disimpulkan bahwa variabel *perceived quality* dan *price fairness* berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan variabel *perceived sacrifice* berpengaruh negatif namun tidak signifikan dan variabel *perceived value* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Hasil pengujian secara simultan disimpulkan bahwa variabel *perceived quality*, *perceived sacrifice*, *perceived value*, dan *price fairness* secara simultan berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Hasil pengujian menggunakan koefisien determinasi (R^2) disimpulkan bahwa 25% variabel *customer satisfaction* dapat dijelaskan dari keempat variabel independen yaitu *perceived quality*, *perceived sacrifice*, *perceived value*, dan *price fairness*. Sedangkan sisanya sebesar 75% dijelaskan oleh sebab lain diluar model (diluar penelitian ini).

Kata kunci : *Perceived Quality*, *Perceived Sacrifice*, *Perceived Value*, *Price Fairness*, *Customer Satisfaction*.

ABSTACK

This research aimed to know and analyze effects of perceived quality, perceived sacrifice, perceived value, and price fairness toward customer satisfaction of Sari Rasa Waterpark in Cilacap. The independent variables of this research were perceived quality, perceived sacrifice, perceived value, and price fairness, whereas its dependent variable was customer satisfaction.

It was conducted at Sari Rasa Waterpark in Cilacap. The data collection was done by survey method with questionnaire. The used sample was 99 respondents and the researcher used purposive sampling technique. Its analysis was validation test, reliability test, classic assumption test, double regression test, hypothesis test including t test, F test, and determination coefficient test (R^2).

This research resulted some conclusions. The result of the test partially can be concluded that variable of perceived quality and price fairness affected positively and significantly, whereas variable of perceived sacrifice affected negatively, but it was not significant. The researcher also concluded that variables of perceived quality, perceived sacrifice, perceived value, and price fairness simultaneously affected customer satisfaction. The test result with determination coefficient (R^2) could be concluded that 25% of customer satisfaction variable could be explained from 4 independent variables. They were perceived quality, perceived sacrifice, perceived value, and price fairness. Whereas the rest was 75%. It could be explained with other causes beyond the models (beyond this research)

Keywords :Perceived Quality, Perceived Sacrifice, Perceived Value, Price Fairness, and Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobil'alamin puji syukur kami panjatkan atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *PERCEIVED QUALITY*, *PERCEIVED SACRIFICE*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* TAMAN SARI RASA WATERPARK CILACAP”.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis ini menyadari bahwa keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari do'a, bantuan, dan bimbingan, petunjuk dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebenar-benarnya kepada yang terhormat.

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Dr. H. Syamsulhadi Irsyad, S.H, M.H
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Iwan Fakhruddin, SE, M.Si
3. Bapak Hermin Endratno SE, M.Si selaku dosen pembimbing dan selaku ketua program studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah berkenan mengarahkan, membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Drs. Tri Septin Muji Rahayu, MR. M.Si dan Muhamammad Agung Miftahudin SE, M.Si selaku penguji yang telah memberikan sumbangan pikiran dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah membimbing, mengajar serta memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa, beserta seluruh staf dan karyawan tata usaha, perpustakaan yang telah membantu dalam kelancaran proses belajar mengajar.

6. Orang tuaku tercinta (Bpk. Edi Rifqi dan Ibu. Nihayah) terima kasih untuk semua do'a restu, kasih sayang, kesabaran, semangat, dan dukungannya, terima kasih telah merawat, membesarkan, dan menyayangiku sampai saat ini.
7. Adik-adikku Faiq dan Tria yang ku sayangi, mbah ku tercinta, dan keluarga besar terima kasih untuk semua do'a dan dukungannya.
8. Om hari yang telah memberikan izin penelitian di Taman Sari Rasa *Waterpark* Cilacap.
9. Teman seperjuangan di oasis cost, Eka dan mba Rini sukses selalu untuk kita serta adik-adikku Nanik, Rahmi, Mela, Puput, Diah, Anis, dan Dewi tidak lupa juga terima kasih untuk Ibu Kost, Bu Uus serta bocil-bocil yang telah memberikan support dan do'anya.
10. Semua teman-teman di Manajemen B (Nita, Intan, Iin, Andin, Apri, Riri, Shintya, Dewi, Wiwit, Yeti, Amel, Tyas, Widya, Danis, Royan, Firman, Yoan, dll yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu) dan seluruh angkatan 2011 terima kasih atas kerjasama, kekompakan dan dukungannya selama ini.
11. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6

	Halaman
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.3 <i>Perceived Quality</i>	10
2.4 <i>Perceived Sacrifice</i>	14
2.5 <i>Perceived Value</i>	15
2.6 <i>Price Fairness</i>	18
2.7 <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.8 Kerangka Pemikiran.....	26
2.9 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III. METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Objek Penelitian	30
3.3 Data yang Diperlukan	30
3.3.1 Jenis Data	30
3.3.2 Data yang Diperlukan	32
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	32
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.4.1 Populasi	32

	Halaman
3.4.2 Sampel.....	33
3.5 Teknik Sampling	34
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.7 Uji Instrumen Penelitian	39
3.7.1 Uji Validitas	39
3.7.2 Uji Reliabilitas	40
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.8.1 Uji Normalitas.....	41
3.8.2 Uji Multikolinearitas	41
3.8.3 Uji Autokorelasi.....	42
3.8.4 Uji Heteroskedastisitas.....	43
3.9 Metode Analisis Data.....	44
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.9.2 Uji Parsial (t).....	45
3.9.3 Uji Simultan (F)	47
3.9.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	48
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 <i>Respons Rate</i>	50
4.2 Karakteristik Responden	50
4.3 Uji Instrumen	53

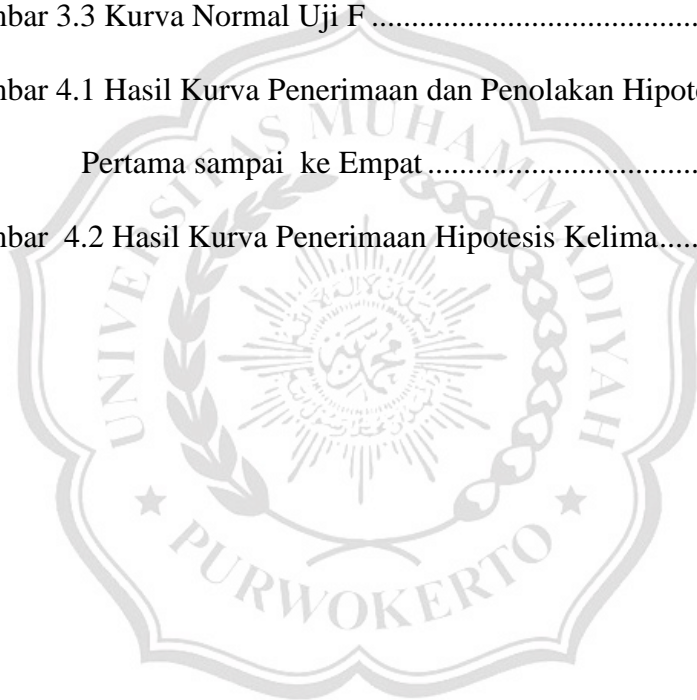
	Halaman
4.3.1 Uji Validitas.....	53
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	55
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	55
4.4.1 Uji Normalitas.....	55
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	56
4.4.3 Uji Autokorelasi.....	57
4.4.4 Uji Heterokedastisitas.....	58
4.5 Metode Analisis Data.....	59
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.5.2 Uji Parsial (t).....	62
4.5.3 Uji Simultan (F).....	64
4.5.4 Koefisien Determinasi Adjusted (R^2).....	66
4.6 Pembahasan.....	67
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Variabel <i>Perceived Quality</i>	13
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Variabel <i>Perceived Value</i>	17
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Variabel <i>Price Fairness</i>	21
Tabel 3.1 Skala Likert	37
Tabel 3.2 Rangkuman Definisi Operasional	38
Tabel 4.1 <i>Respon Rate</i>	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	51
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.9 Analisis Regresi Berganda.....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (t)	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan (F).....	65
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi Adjusted (R^2).....	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	25
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3.1 Kurva Normal Uji t	46
Gambar 3.3 Kurva Normal Uji F	48
Gambar 4.1 Hasil Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Pertama sampai ke Empat.....	64
Gambar 4.2 Hasil Kurva Penerimaan Hipotesis Kelima.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner.....	79
Lampiran 2. Identitas Responden.....	84
Lampiran 3. Tabulasi Data Responden.....	87
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	93
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	99
Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas.....	101
Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinearitas.....	102
Lampiran 8. Hasil Uji Autokorelasi.....	102
Lampiran 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	103
Lampiran 10. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	104
Lampiran 11. Hasil Uji Parsial (t).....	105
Lampiran 12. Hasil Uji Simultan (F).....	106
Lampiran 13. Hasil Uji R^2	106
Lampiran 14. Tabel r.....	107
Lampiran 15. Tabel t.....	108
Lampiran 16. Tabel F.....	109