# KATA PENGANTAR

****

*‘’Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih?(Yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagi kamu jika kamu mengetahuinya’’(As-Saff 10-11).*

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur atas kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapaat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Rasa Kripik dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pabrik Kripik Cap Rumah Adat Minang U.D Rezeki Baru Medan”.**

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukan.Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan masukan sehingga Skripsi ini selesai. Untuk itu penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. KRT. Hardi Mulyono K. Surbakti Rektor Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al-Washliyah Medan.
2. Ibu Shita Tiara, SE, AK, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al-Washliyah Medan.
3. Bapak Mutawaqil Bilah Tumanggor, SE, M.M Sebagai Ketua program studi (Kaprodi) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al-Washliyah Medan.
4. Ibu Dra. Wan Dian Safina, M.MSebagai Dosen Pembimbing I yang telah bersedia membimbing penulis dalam penyusunan Skripsi agar lebih baik lagi.
5. Bapak Muhammad Hilman Fikri, SE, MM Sebagai Dosen Pembimbing II yang telah bersedia mengorbankan waktunya untuk memberikan bimbingan dalam menyusun Skripsi agar lebih baik lagi.
6. Kedua Orang Tua dan seluruh keluarga tercinta yang selalu mendoakan dan mendukung setiap langkah yang penulis tempuh dalam pendidikan.
7. Dan tak lupa saya ucapkan terima kasih kepada orang tua saya yang sabar senantiasa memberikan do’a dengan penuh ke ikhlasan dan semangat kepada saya. Bapak Sulistiono dan Ibu Srina, Kakak Dan Adik yang selalu support dalam pembuatan skripsi ini Sari Cipta Dewi, M.Pd, Friska Andini SH, Putri Ayu Arbaina.
8. Seluruh staf pengajar dan pegawai di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.
9. Sahabat-sahabatku tercinta Devi Siswantika, Wulandari, Mia Nurmala,dan orang tercinta yang telah membantu dan selalu memberikan support dan semangat dalam membuat proposal skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Mahasiswa Manajemen angkatan 2016 yang tidak bisadisebutkan namanya satu persatu yang sangat baik yang telah membantu dan dorongan kepada penulis selama penyelesaian proposal skripsi ini.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembimbing dan pembaca sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini jadi lebih baik lagi.

Medan, September 2020

Penulis

**DIANA NOVITA SARI**

NPM. 163114351

# DAFTAR ISI

 **Halaman**

[ABSTRAK i](#_Toc51399649)

[ABSTRACT ii](#_Toc51399650)

[KATA PENGANTAR iii](#_Toc51399651)

[DAFTAR ISI vi](#_Toc51399652)

[DAFTAR TABEL x](#_Toc51399653)

[DAFTAR GAMBAR xii](#_Toc51399654)

[DAFTAR LAMPIRAN xiii](#_Toc51399655)

[BAB 1](#_Toc51399656) [PENDAHULUAN 1](#_Toc51399657)

[1.1 Latar Belakang Masalah 1](#_Toc51399658)

[1.2 Identifikasi Masalah 7](#_Toc51399659)

[1.3 Batasan Masalah 7](#_Toc51399660)

[1.4 Perumusan Masalah 8](#_Toc51399661)

[1.5 Tujuan Penelitian 8](#_Toc51399662)

[1.6 Manfaat Penelitian 9](#_Toc51399663)

[1.7 Anggapan Dasar 10](#_Toc51399664)

[BAB II](#_Toc51399665) [LANDASAN TEORI 11](#_Toc51399666)

[2.1 Kualitas Rasa 11](#_Toc51399667)

[2.1.1. Pengertian Kualitas Rasa 11](#_Toc51399668)

[2.1.2 Indikator Kualitas Rasa 12](#_Toc51399669)

[2.2. Harga 13](#_Toc51399670)

[2.2.1. Pengertian Harga 13](#_Toc51399671)

[2.2.2 Strategi Penyesuaian Harga 14](#_Toc51399672)

[2.2.3 Tujuan Penetapan Harga 14](#_Toc51399673)

[2.2.4 Faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga 15](#_Toc51399674)

[2.2.5 Indikator Harga 16](#_Toc51399675)

[2.3. Kepuasan Konsumen 17](#_Toc51399676)

[2.4. Penelitian Terdahulu 19](#_Toc51399677)

[2.5. Kerangka Konseptual 20](#_Toc51399678)

[2.6. Hipotesis 22](#_Toc51399679)

[BAB III](#_Toc51399680) [METODE PENELITIAN 24](#_Toc51399681)

[3.1 Jenis dan Sifat Penelitian 24](#_Toc51399682)

[3.2 Lokasi Waktu dan Objek Penelitian 24](#_Toc51399683)

[3.2.1 Lokasi Penelitian 24](#_Toc51399684)

[3.2.2 Waktu Penelitian 25](#_Toc51399685)

[3.2.3 Objek penelitian 25](#_Toc51399686)

[3.3 Populasi dan Sampel 25](#_Toc51399687)

[3.3.1 Populasi 25](#_Toc51399688)

[3.3.2 Sampel 26](#_Toc51399689)

[3.4 Variabel dan Indikator 27](#_Toc51399690)

[3.4.1 Variabel 27](#_Toc51399691)

[3.4.2 Indikator 27](#_Toc51399692)

[3.5 Instrumen Penelitian 28](#_Toc51399693)

[3.6 Teknik Pengumpulan Data 29](#_Toc51399694)

[3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas 30](#_Toc51399695)

[3.7.1 Uji Validitas 30](#_Toc51399696)

[3.7.2 Uji Reliabilitas 31](#_Toc51399697)

[3.8 Teknik Analisis Data 31](#_Toc51399698)

[BAB IV](#_Toc51399704) [HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 35](#_Toc51399705)

[4.1 Hasil Penelitian 35](#_Toc51399706)

[4.1.1 Sejarah Singkat dan Gambaran Umum Lokasi Penelitian 35](#_Toc51399707)

[4.1.2 Ruang Lingkup Bidang Usaha 36](#_Toc51399708)

[4.1.3 Organisasi dan Manajemen 36](#_Toc51399709)

[4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan 37](#_Toc51399710)

[4.1.5 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab 39](#_Toc51399711)

[4.1.6 Tenaga Kerja dan Jam Kerja 41](#_Toc51399712)

[4.1.7 Sistem Pengupahan dan Fasilitas 42](#_Toc51399713)

[4.2 Pembahasan 43](#_Toc51399714)

[4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden 43](#_Toc51399715)

[4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel 44](#_Toc51399716)

[4.3 Analisis Korelasi 53](#_Toc51399717)

[4.4 Uji Validitas dan Realibilitas 57](#_Toc51399718)

[4.4.1 Uji Validitas 57](#_Toc51399719)

[4.4.2 Uji Reliabilitas 59](#_Toc51399720)

[4.5 Uji Regresi Linear Berganda 60](#_Toc51399721)

[4.6 Uji t (Uji Secara Parsial) 62](#_Toc51399722)

[4.7 Uji F (Simultan) 64](#_Toc51399723)

[4.8 Uji Determinasi (R2) 65](#_Toc51399724)

[4.9 Pembahasan 65](#_Toc51399725)

[BAB V](#_Toc51399726) [KESIMPULAN DAN SARAN 68](#_Toc51399727)

[5.1 Kesimpulan 68](#_Toc51399728)

[5.2 Saran 69](#_Toc51399729)

[DAFTAR PUSTAKA 70](#_Toc51399730)

[LAMPIRAN 72](#_Toc51399731)

# DAFTAR TABEL

 **Halaman**

[**Tabel 1.1** Harga-Harga Keripik Ubi Cap Rumah Adat Minang UD. Rezeki Baru Berdasarkan Kemasan Tahun 2020 5](#_Toc51834926)

[**Tabel 1.2** Data konsumen / Pelanggan Kripik Ubi Cap Rumah Adat Minang UD. Rezeki BaruMedan 6](#_Toc51834927)

[**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu 19](#_Toc51834928)

[**Tabel 3.1** Jadwal Penelitian 25](#_Toc51834929)

[**Tabel 3.2** Variabel & Indikator 28](#_Toc51834930)

[**Tabel 3.3** Skala Likert 30](#_Toc51834931)

[**Tabel 4.1** Jumlah Tenaga Kerja 42](#_Toc51834932)

[**Tabel 4.2** Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 43](#_Toc51834933)

[**Tabel 4.3** Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 43](#_Toc51834934)

[**Tabel 4.4** Menurut saya Kinerja karyawan sudah bagus 44](#_Toc51834935)

[**Tabel 4.5** Menurut saya keistimewahan rasa dari kripik memiliki daya tarik yang bagus 44](#_Toc51834936)

[**Tabel 4.6** Menurut saya kualitas rasa dari kripik sesuai dengan harapan pelanggan 45](#_Toc51834937)

[**Tabel 4.7** Menurut saya produk kripik ini memiliki daya tahan lebih lama 45](#_Toc51834938)

[**Tabel 4.8** Menurut saya produk kripik ini memiliki berbagai jenis aneka rasa yang disukai pelanggan 46](#_Toc51834939)

[**Tabel 4.9** Kemasan produk kripik ini memiliki desain yang menarik 46](#_Toc51834940)

[**Tabel 4.10** Harga dari kripik ubi sangat terjangkau 47](#_Toc51834941)

[**Tabel 4.11** Harga kripik lebih murah dari produsen kripik lainnya 48](#_Toc51834942)

[**Tabel 4.12** Isi dalam kemasan sesuai dengan harga yang dibayarkan 48](#_Toc51834943)

[**Tabel 4.13** Harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas kripik 49](#_Toc51834944)

[**Tabel 4.14** Harga kripik yang terjangkau dapat menghemat pengeluaran konsumen 49](#_Toc51834945)

[**Tabel 4.15** Harga kripik yang terjangkau dapat meningkatkan daya beli konsumen 50](#_Toc51834946)

[**Tabel 4.16** Saya akan merekomendasikan kepada orang lain/ keluarga saya untuk membeli kripik ini 50](#_Toc51834947)

[**Tabel 4.17** Banyak kalangan dari masyarakat membeli kripik ini untuk dijual kembali 51](#_Toc51834948)

[**Tabel 4.18** Menurut saya kurangnya promosi ke media social tentang keberadaan pabrik 51](#_Toc51834949)

[**Tabel 4.19** Menurut saya kripik ini terjangkau di kalangan masyarakat 52](#_Toc51834950)

[**Tabel 4.20** Saya tertarik membeli ulang kripik ini karena adanya berbagai rasa yang cukup menarik. 52](#_Toc51834951)

[**Tabel 4.21** Kualitas yang ditawarkan oleh produsen kripik sudah sesuai dengan keinginan pelanggan 53](#_Toc51834952)

[**Tabel 4.22** Validitas Indikator Variabel 59](#_Toc51834953)

[**Tabel 4.23** Reliabilitas Indikator Variabel (Alpha) 60](#_Toc51834954)

[**Tabel 4.24** Analisis Regresi Linear Berganda 61](#_Toc51834955)

[**Tabel 4.25** Hasil Uji T (Uji Parsial) 63](#_Toc51834956)

[**Tabel 4.26** Uji Simultan (Uji F) 64](#_Toc51834957)

[**Tabel 4.27** Uji Determinasi (R2) 65](#_Toc51834958)

# DAFTAR GAMBAR

 **Halaman**

[**Gambar 2.1** Kerangka Konseptual 22](#_Toc49245661)

[**Gambar 4.1** Struktur Organisasi UD. Rezeki Baru 38](#_Toc49245662)

# DAFTAR LAMPIRAN

 **Halaman**

[**Lampiran 1.** Identitas Penulis 72](#_Toc47943578)

[**Lampiran 2.** Tabulasi Data Variabel Jawaban 67 Responden 77](#_Toc47943579)

[**Lampiran 3.** Tabel Uji Validitas Variabel Kualitas Rasa Menggunakan SPSS Versi 20 85](#_Toc47943580)

[**Lampiran 4.** Hasil Uji Reliabilitas 88](#_Toc47943581)

[**Lampiran 5.** r tabel 89](#_Toc47943582)

[**Lampiran 6.** t tabel 90](#_Toc47943583)

[**Lampiran 7.** F tabel 92](#_Toc47943584)