

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka melayani konsumennya, menangani pesaing, dan mengeluarkan produk. Persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk semakin inovatif dalam mengeluarkan produk yang sekiranya disukai konsumen. Tanpa inovasi, produk suatu perusahaan dapat tenggelam dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi pasar (Huda, Hudori, Fahlevi, Badrussa'diyah, Mazaya, & Sugiarti, 2017, hal. 2).

Produk merupakan barang yang dipasarkan untuk memenuhi permintaan konsumen. Fase yang harus dipahami oleh seorang *marketer* dalam membawa sebuah produk meliputi menentukan keunggulan produk (*core benefit*), produk yang sesungguhnya (*actual benefit*) dan mengembangkan produk dengan nilai tambahnya (*augmented product*). Pijakan yang digunakan oleh *marketer* muslim dalam memasarkan produk tidak lepas dari Nabi Muhammad Saw. sebagai sosok yang pandai dalam memasarkan produk sesuai dengan kriteria fase di atas serta sangat mengutamakan kualitas produk sebagaimana kriteria yang ditentukan oleh Allah yaitu produk yang halal sebagaimana Firman-Nya dalam QS Al-Baqarah [2]: 168: (Asnawi & Fanani, 2017, hal. 162-163)

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

١٦٨-

Artinya: *Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*

Kualitas produk dalam praktik bisnis apa pun sangat diperlukan, oleh karena itu pebisnis perlu mengenal apa yang dimaksud dengan kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) oleh konsumen, dalam literatur pemasaran kualitas didefinisikan: (a) sebagai penilaian pelanggan terhadap superioritas atau keunggulan menyeluruh dari suatu produk, (b) sampai tingkat apa produk atau jasa memenuhi kebutuhan pelanggan, (c) sampai tingkat apa produk atau jasa bebas dari kekurangan/kegagalan, (d) keseluruhan ciri dan sifat dari produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat, dan (e) keunggulan suatu produk atau pelayanan dilihat dari fungsinya secara relatif dengan produk lain (Hasan, 2015, hal. 167).

Setelah produk berhasil diciptakan dengan segala atributnya, langkah selanjutnya adalah menentukan harga produk. Pengertian harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan (Kasmir, 2018, hal. 191). Terdapat empat dimensi yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga

dengan manfaat. Islam melarang melakukan penentuan harga yang berlebihan, diskriminasi penentuan harga yang berakibat pada ketidakadilan dan penipuan dalam menentukan harga. Hal ini sesuai dengan Sabda Rasulullah Saw mengenai ketentuan strategi kebijakan harga:

عَنْ سَعِيدِ بْنِ الْمُسَيَّبِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْ يَبْعَ حَاضِرٌ لِبَادٍ، وَلَا تَنَاجَشُوا، وَلَا يَبْعَ الرَّجُلُ عَلَى بَيْعِ أَخِيهِ، وَلَا يَخْطُبُ عَلَى خِطْبَةِ أَخِيهِ، وَلَا تَسْأَلُ الْمَرْأَةُ طَلَاقَ أُخْتِهَا لِتَكْفَأَ مَا فِي إِنْثَائِهَا (الحديث رواه البخاري).

Artinya: Dari Sa'id bin Al Musayyab, dari Abu Hurairah RA, dia berkata, *“Rasulullah SAW melarang orang kota berjual beli untuk orang dusun, janganlah melakukan najasy (menambah harga barang untuk menipu yang lain), Janganlah seseorang membeli apa yang dibeli oleh saudaranya, janganlah seseorang meminang pinangan saudaranya, dan janganlah seorang wanita meminta saudaranya (madunya) diceraikan untuk menutupi isi periuknya.”*(HR.Bukhari) (Amiruddin, 2005, hal. 203)

Pelanggan memegang peranan penting dalam dunia bisnis. Secara tidak langsung, seorang pelanggan dapat menjadi saluran pemasaran bagi suatu bisnis. Ketika pelanggan merasa puas atas pelayanan suatu produk/jasa, sangat dimungkinkan pelanggan tersebut “mempromosikan” secara sukarela produk/jasa itu kepada orang-orang sekitarnya. Adanya sebuah rekomendasi positif dari suatu pelanggan kepada seorang atau beberapa calon pelanggan lainnya sudah pasti akan menguntungkan pihak penjual, karena calon pelanggan tersebut tidak perlu ragu lagi akan kualitas produk/jasa itu (Huda, Hudori, Fahlevi, Badrussa'diyah, Mazaya, & Sugiarti, 2017, hal. 139).

Dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan pelanggan yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya, maka definisi kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kalau kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas, senang atau gembira. (Sunyoto, 2014, hal. 227)

Konveksi atau usaha pakaian jadi merupakan salah satu jenis usaha yang memiliki prospek pasar yang tiada henti, mengingat pertumbuhan penduduk yang meningkat terus menerus dari tahun ke tahun. Pakaian adalah kebutuhan pokok setiap orang dan setiap hari. Dalam perkembangannya pakaian bukan sekedar berfungsi sebagai penutup aurat, tetapi menjadi penghias jasmani dan rohani, dan membedakan manusia dengan makhluk yang lain. Oleh karena itu maka model atau desain pakaian terus berkembang dan hampir berubah setiap saat, sesuai selera pemakai (Sudradjat Rasyid, hal. 67).

Dalam Al-Qur'an Surah Al-A'raf [26] Allah berfirman:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ

اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ٢٦

*Artinya: Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa, Itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat.*

Pakaian menurut Islam bukan hanya untuk melindungi seseorang dari keganasan alam dan binatang buas, namun juga untuk menjaga kehormatan diri dari nafsu jahat manusia. Maka pakaian harus menutupi aurat. Sekarang, pakaian disamping untuk melindungi sengatan matahari, udara dingin, menutup aurat tetapi juga untuk keindahan.

Usaha konveksi yaitu usaha yang mengharuskan pemiliknya memiliki modal yang cukup banyak, serta memiliki pengetahuan tentang manajemen. Dalam skala menengah usaha ini mampu melayani order yang jumlahnya agak besar. Biasanya seorang pengusaha konveksi dibantu oleh beberapa orang penjahit sebagai karyawan. Peralatan yang harus disediakan meliputi beberapa mesin jahit, mesin obras dan mesin speed. Di samping melayani order pakaian seragam, pakaian kantor dan sebagainya, juga memproduksi pakaian dengan desain sendiri, misalnya jaket, baju kaos dll. Pada skala ini sudah memerlukan penerapan manajemen yang baik.

Greeneyes Apparel Industries adalah produsen konveksi yang berdiri sejak tahun 2009 beralamatkan di Jalan Hasan Basyri Komplek Kayu Tangi 1 Jalur 2. Greeneyes memiliki 10 orang tenaga kerja di bidang produksi dan 3 orang di

bidang manajemen. Greeneyes memiliki rata-rata penjualan perbulan sekitar 500 pcs produk kameja organisasi dengan omset Rp. 75.000.000,00.-. Greeneyes melayani pembuatan kaos, kameja organisasi, kameja sasirangan, jas almamater, seragam kantor, toga wisuda dll.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan suatu produk. Karena kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli ulang produk tersebut. Greeneyes Apparel Industries menjadi pilihan konsumen karena bahan kain yang digunakan termasuk yang berkualitas. Sehingga dengan bahan kain yang berkualitas tersebut dapat membuat konsumen merasa puas atas produk yang digunakan. Berikut tabel orderan yang diterima Greeneyes Apparel Industries tahun 2018:

**Tabel I Orderan Tahun 2018**

<b>Bulan</b>	<b>Orderan</b>	<b>Total Pcs</b>
Februari	28	724 pcs
Maret	36	1.170 pcs
April	41	992 pcs
Juli	26	707 pcs
Agustus	24	534 pcs
September	17	682 pcs
Oktober	44	1.138 pcs
November	27	1.071 pcs
Desember	21	1.183 pcs
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>8.201 pcs</b>

*Sumber : Greeneyes Apparel Industries (Data diolah)*

Faktor harga juga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk. Penetapan harga yang tepat menjadi kunci utama perusahaan untuk meningkatkan jumlah produk yang dapat terjual. Harga yang ditawarkan oleh Greeneyes Apparel Industries mengalami beberapa kali perubahan:

**Tabel II Perubahan Harga Greeneyes Apparel Industries**

2018	2019
Rp. 140.000 (Jan-Jul)	Rp. 155.000
Rp. 145.000 (Agt-Des)	

*Sumber: Greeneyes Apparel Industries (Data diolah)*

Dari hasil wawancara singkat dengan salah satu pelanggan mengenai kepuasan konsumen dalam menggunakan salah satu produk yang di order dari Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries yaitu baju PDH organisasi informan mengatakan mengenai produk yang di order, bahwa kualitas kain yang digunakan bagus dan nyaman untuk dipakai, untuk pemesanan baju diminta untuk datang ke tempat Konveksi Greeneyes Apparel Industries untuk mendesain baju sesuai dengan keinginan pemesan. Setelah produk selesai diproduksi lalu langsung diantarkan ketempat pemesan dengan biaya gratis. Untuk harga produk tergolong murah. (Husnawati, 2019)

Berdasarkan penjelasan dan survei awal dengan metode wawancara yang telah diuraikan, peneliti ingin mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries yang berlokasi di Banjarmasin. Maka peneliti ingin menuangkannya kedalam sebuah karya ilmiah yang berbentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries Banjarmasin”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries?
2. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries?

## **C. Tujuan Penulisan**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries ?
2. Untuk mengetahui kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries ?

## **D. Signifikansi Penelitian**

Adapun signifikansi dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

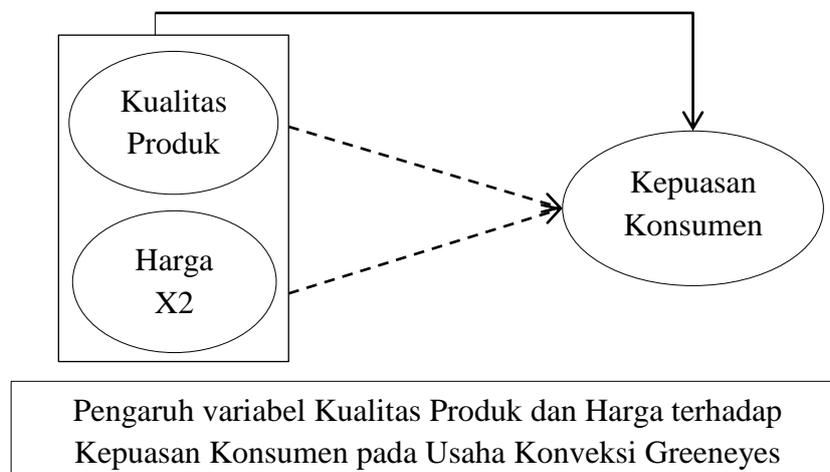
1. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam

memakai produk pada Konveksi Greeneyes Apparel Industries. Khususnya berkenaan dengan kualitas produk dan harga.

2. Secara praktis, bagi pihak pemilik Greeneyes Apparel Industries, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan, sehingga dapat memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Konveksi Greeneyes Apparel Industries, seperti faktor kualitas produk dan harga.
3. Secara umum, sebagai bahan kajian dan informasi bagi pihak-pihak yang bermaksud melakukan penelitian berikutnya dari aspek berbeda dari penelitian ini, serta sebagai sumbangan pemikiran dalam rangka menambah khazanah ilmu pengetahuan, baik bagi pihak perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin maupun perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

## E. Kerangka Pemikiran

**Gambar I Kerangka Pemikiran**



Keterangan :

----- = Uji secara parsial

\_\_\_\_\_ = Uji secara simultan

## F. Hipotesis

### 1. Hipotesis 1

- $H_0 1$  = Kualitas produk tidak mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries Banjarmasin
- $H_a 1$  = Kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries Banjarmasin

### 2. Hipotesis 2

- $H_0 2$  = Harga tidak mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries Banjarmasin
- $H_a 2$  = Harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries Banjarmasin

## **G. Definisi Operasional**

### **1. Pengaruh**

Pengaruh yaitu daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (KBBI). Pengaruh yang dimaksud di dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada usaha konveksi Greeneyes Apparel Industries.

### **2. Kualitas produk**

Menurut Philip Kotler produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau konsumsi, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan (Kasmir, 2018, hal. 189)

Yang dimaksud kualitas produk di dalam penelitian ini adalah produk yang ditawarkan oleh Greeneyes kepada konsumennya yaitu kualitas kemeja organisasi.

### **3. Harga**

Pengertian harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan (Kasmir, 2018, hal. 191). Yang dimaksud harga di dalam penelitian ini adalah harga pembelian kemeja organisasi yang ditawarkan oleh Konveksi Greeneyes Apparel Industries.

### **4. Kepuasan konsumen**

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Yang dimaksud kepuasan konsumen dalam penelitian ini yaitu kepuasan setelah konsumen

membeli dan memakai produk kemeja organisasi pada Greeneyes Apparel Industries.

#### 5. Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries

Greeneyes Apparel Industries adalah produsen konveksi yang beralamatkan di Jalan Hasan Basyri Komplek Kayu Tangi 1 Jalur 2.

### **H. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang penulis lakukan berkaitan dengan masalah kualitas produk dan harga maka penulis menemukan penelitian sebelumnya yang juga mengkaji tentang persoalan kualitas produk dan harga. Namun demikian, ditemukan substansi yang berbeda dengan persoalan yang akan penulis angkat. Penelitian yang dimaksud adalah penelitian yang dilakukan:

1. Rusdi Asri, (NIM.0801158977), jurusan Ekonomi Syariah, judul skripsi “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli Pada Warung Makan Di Sekitar Kampus IAIN Antasari Banjarmasin”. Penelitian ini mengemukakan tentang analisis pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembeli pada warung makan di sekitar kampus IAIN Antasari Banjarmasin dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui secara jelas analisis pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembeli pada warung makan di sekitar kampus IAIN Antasari Banjarmasin. Penelitian ini memiliki persamaan

dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu sama-sama meneliti tentang harga dan kualitas produk. Akan tetapi yang membedakan dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu meneliti tentang keputusan pembelian sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti yaitu tentang kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

2. Muhammad Nafarin, (NIM.1301150227) Jurusan Ekonomi Syariah, judul skripsi “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Masyarakat Kota Banjarmasin Dalam Membeli Handphone Bergaransi Distributor Tidak Resmi” Penelitian ini dilatarbelakangi oleh munculnya produk handphone yang bergaransi distributor tidak resmi di Banjarmasin salah satunya handphone merek Xiaomi. Faktor yang membuat masyarakat Banjarmasin berminat terhadap handphone Xiaomi yang bergaransi distributor tidak resmi adalah Harga dan Kualitas Produknya. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah variabel harga dan kualitas produk dapat berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Minat masyarakat kota Banjarmasin dalam membeli handphone bergaransi distributor tidak resmi. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu sama-sama menjadikan kualitas produk dan harga untuk dijadikan variabel independen dalam penelitian ini. Akan tetapi yang membedakan dengan penelitian yang akan peneliti teliti yaitu pada variabel dependen yaitu peneliti meneliti tentang kepuasan konsumen.

3. Ragil Intan Pratiwi, (NIM.14830070) Jurusan Manajemen Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga, judul skripsi "Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, *Brand Image*, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Luwak White Koffie)". Penelitian ini untuk mengetahui faktor keputusan pembelian konsumen pada produk Luwak White Koffie dengan menggunakan variabel independen label halal, kualitas produk, *brand image* dan harga. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu sama-sama menjadikan kualitas produk dan harga untuk dijadikan variabel independen dalam penelitian ini. Akan tetapi yang membedakan dengan penelitian yang akan peneliti teliti yaitu pada variabel dependen yaitu peneliti meneliti tentang kepuasan konsumen.
4. Lenggang Kurnia Intan Devi, (NIM.G73215037) Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, Judul Skripsi "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee" merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti angkat yaitu sama-sama menjadikan kualitas produk

dan harga sebagai variabel independen. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel dependen yaitu peneliti mengangkat kepuasan konsumen.

5. Siskawati Rahman, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, Judul Jurnal “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (PERSERO) Area Manado” Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari tangibles, realibility, responsiveness, assurance, emphaty dan inovasi secara simultan dan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Manado. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti angkat yaitu sama-sama menjadikan kepuasan sebagai variabel dependen. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang diangkat yaitu terletak pada variabel independen, peneliti menjadikan kualitas produk dan harga sebagai variabel independen.

## **I. Sistematika Penelitian**

Penelitian harus memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Penyusunan skripsi ini terdiri dari 5 BAB dengan sistematika penulisan, adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut :

Bab I merupakan pendahuluan dari penelitian, terdiri atas : latar belakang diangkatnya penelitian ini mengenai permasalahan dan fakta yang terjadi

mengenai kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen yang memakai produk Konveksi Greeneyes Apparel Industries. Agar penelitian menjadi terarah maka dibuatlah rumusan masalah dan tujuan penelitian agar terhindar dari kesalahpahaman terhadap penelitian penulis, maka dibuatlah definisi operasional untuk dapat diketahui manfaat dari penelitian yang dilakukan maka rumuskan ke dalam penelitian terdahulu diperlukan untuk menghindari permasalahan yang sama dengan penelitian sebelumnya. Adapun sistematika penulisan merupakan susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II berisikan tentang landasan teori yang diharapkan dapat menunjang bobot penelitian. Pada bab ini disajikan mengenai pengertian kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen.

Bab III merupakan metode penelitian yaitu bab yang difokuskan pada pembahasan teknis metode penelitian, yang menguraikan secara lebih singkat mengenai objek penelitian dan metode yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini, seperti sifat, jenis dan lokasi penelitian, objek penelitian, data dan sumber data, teknis pengumpulan data, teknik pengelolaan data dan tahapan penelitian.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang berisi gambaran umum lokasi penelitian, deskriptif data, penyajian data dan analisis data terhadap beberapa permasalahan yang disesuaikan dengan metode penelitian pada Bab III, sehingga dapat memberikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada dan pembuktian dari hipotesis serta jawaban-jawaban dari pertanyaan yang telah disebutkan dalam rumusan masalah.

Bab V merupakan penutup dari penelitian yang dilakukan. Bab ini berisi simpulan sebagai jawaban terhadap rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam Bab I. Simpulan bukan merupakan ringkasan dari uraian sebelumnya, melainkan sebagai hasil pemecahan terhadap apa yang dipermasalahkan dalam skripsi. Selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu dan hendaknya saran yang diajukan bersumber pada temuan penelitian, pembahasan, dan simpulan hasil penelitian.