

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PRODUK
OLAHRAGA SPECS
DI KOTA YOGYAKARTA**



DISUSUN OLEH:

IGNATIUS LOYOLA RAJA

NIM: 11180512

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



DISUSUN OLEH:
IGNATIUS LOYOLA RAJA
NIM: 11180512

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KERISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2025



PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ignatius Loyola Raja
NIM/NIP/NIDN : 11180512
Program Studi : Manajemen
Judul Karya Ilmiah : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA PRODUK SPECS DI KOTA
YOGYAKARTA**

dengan ini menyatakan:

- a. bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/reviewer.
- b. bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- c. bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- d. bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- e. bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- f. menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.
- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.

h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.

i. mengajukan agar karya saya ini: *(pilih salah satu)*

- ☒ Dapat diakses tanpa embargo.
- ☐ Dapat diakses setelah 2 tahun.*
- ☐ Embargo permanen.*

Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah.

*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka.

Alasan embargo *(bisa lebih dari satu)*:

- ☐ dalam proses pengajuan paten.
- ☐ akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.**
- ☐ akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.**
- ☐ telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... ***
- ☐ telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol./no. ... ***
- ☐ berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.
- ☐ berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.
- ☐ terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.
- ☐ Lainnya (mohon dijelaskan)

**Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository@staff.ukdw.ac.id.

***Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

Yogyakarta, ...

Mengetahui,

Dra. Ety Istriani, MM.

NIDN/NIDK :

884 E 074.

Yang menyatakan,

Ignatius Loyola Raja

NIM : 11180512



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PRODUK OLAHRAGA SPECS DI KOTA YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 05 Mei 2025



IGNATIUS LOYOLA RAJA
NIM 11180512

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul

"ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PRODUK OLAHRAGA SPECS DI KOTA YOGYAKARTA"

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

IGNATIUS LOYOLA RAJA

11180512

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal 27 Mei 2025

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Dr. Singgih Santoso, M.M
(Dosen Penguji)
3. Dra. Ety Istriani., M.M
(Dosen Pembimbing)



Yogyakarta 23 Juni 2025

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen

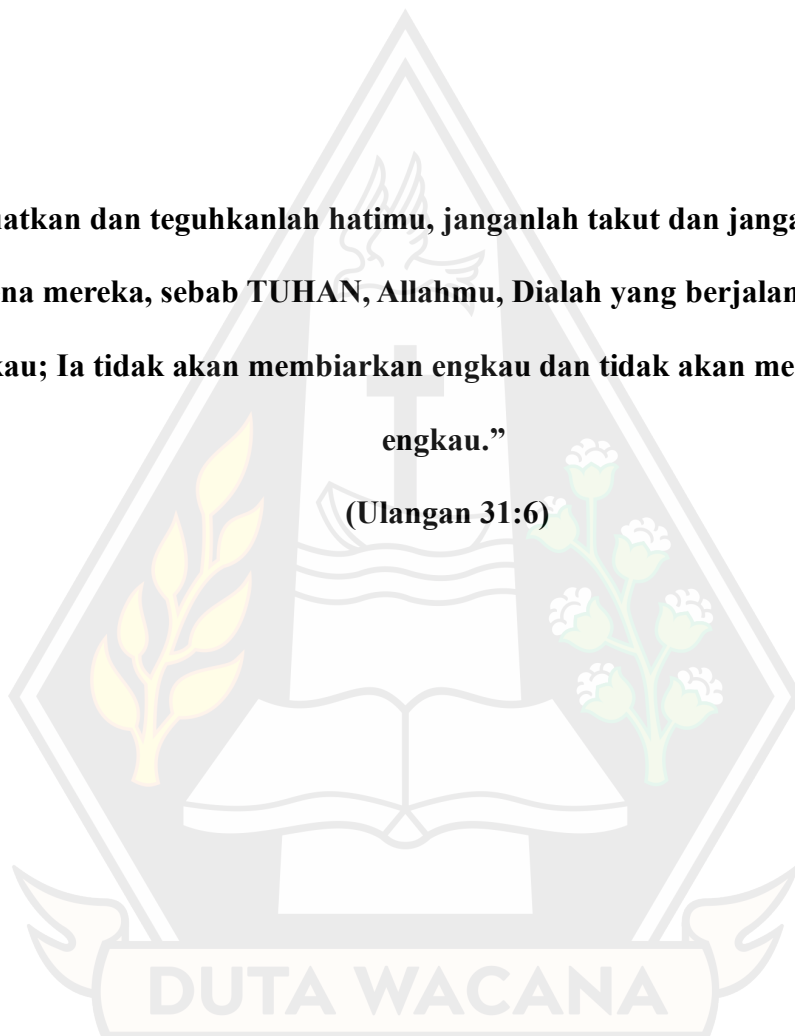

Dr. Perminas Pangeran, M.Si


Dr. Elok Pakaryaningsih, S.E., M.Si

HALAMAN MOTTO

“Kuatkan dan teguhkanlah hatimu, janganlah takut dan jangan gemetar karena mereka, sebab TUHAN, Allahmu, Dialah yang berjalan menyertai engkau; Ia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau.”

(Ulangan 31:6)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Tuhan Yesus yang selalu menyertai saya serta keluarga dengan penuh cinta dan kasihnya yang tak terbatas.
- Kepada kedua orang tua yakni Bapak Aloysius Latu juga Ibu Maria Donata dan juga adik saya yakni Oktavianus Wara yang saya cintai dan saya banggakan.
- Dosen pembimbing/pengampu Ibu Dra. Ety Istriani, MM, yang dengan sabar membimbing; mengarahkan dan mendukung dalam setiap proses bimbingan yang saya lewati.
- Teman-teman angkatan 2018 Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Pemasaran dan lainnya yang tidak bisa saya ungkapkan satu demi satu, semoga sukses dan memiliki peranan besar dalam hidup dimasyarakat.



KATA PENGANTAR

Puji serta syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya, penulisan skripsi dengan judul “***ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PRODUK OLAHRAGA SPECS DI KOTA YOGYAKARTA***”, ini dapat tuntas dengan baik serta tepat waktu. Skripsi ini dituntaskan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW) Yogyakarta.

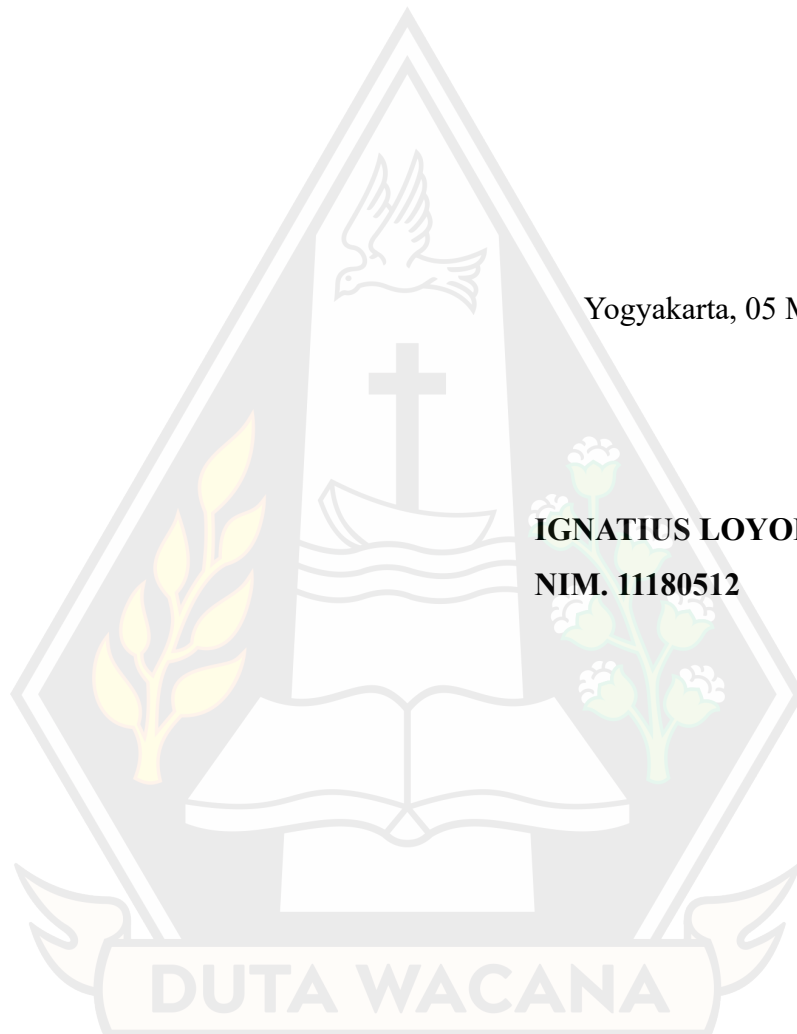
Pada bagian ini, saya ingin mengutarakan banyak terima kasih dan pujian yang tak terbatas kepada berbagai pihak yang sudah menyumbangkan dukungan, bimbingan, serta doa sepanjang proses penulisan skripsi ini, yang terkhusus kepada:

1. Dr.-Ing. Wiyatiningsih, S.T., M.T., selaku Rektor Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan selama masa studi saya.
2. Dr. Perminas Pangeran, M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis UKDW Yogyakarta, atas arahan dan kebijakan yang mendukung proses akademik mahasiswa.
3. Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, atas motivasi dan semangat yang diberikan kepada mahasiswa selama proses pembelajaran.
4. Dra. Ety Istriani, M.M., selaku dosen pembimbing/pengampu, yang telah dengan kesabaran membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan yang sangat mendasar selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Aloysius Latu dan Ibu Maria Donata, orang tua saya yang terkasih, atas segala doa, cinta, dukungan moral dan materiil yang tidak pernah berhenti, serta menjadi sumber inspirasi dalam menyelesaikan studi ini.
6. Adik saya tercinta, Oktavianus Wara, yang saya cintai dan saya banggakan, terima kasih atas semangat dan keceriaan yang selalu menguatkan saya dalam menjalani setiap proses.

Dengan ucapan ini, saya bersimpati bahwa wujud skripsi ini masih minim dari kata sempurna. Oleh sebab itu, saya terbuka terhadap saran ataupun kritik yang konstruktif demi menyempurnakan di masa yang akan datang. Akhir kata, saya berharap melalui skripsi ini dapat menyumbangkan manfaat serta menjadi referensi yang berguna bagi pembaca, terkhusus di bidang ilmu manajemen.

Yogyakarta, 05 Mei 2025

IGNATIUS LOYOLA RAJA
NIM. 11180512

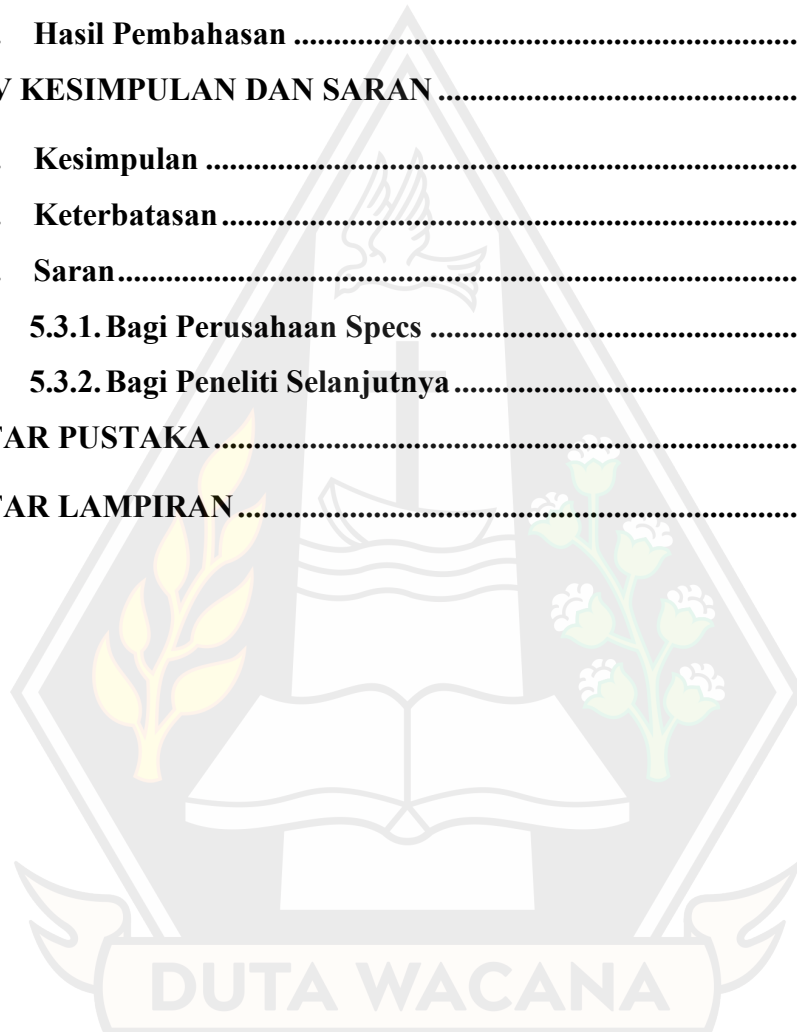


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGANTAR	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Batasan Masalah	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Pengertian Kualitas Produk	6
2.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	6
2.1.3. Indikator Kualitas Produk	9
2.1.4. Pengertian Persepsi Harga	10
2.1.5. Faktor yang mempengaruhi Persepsi Harga	11

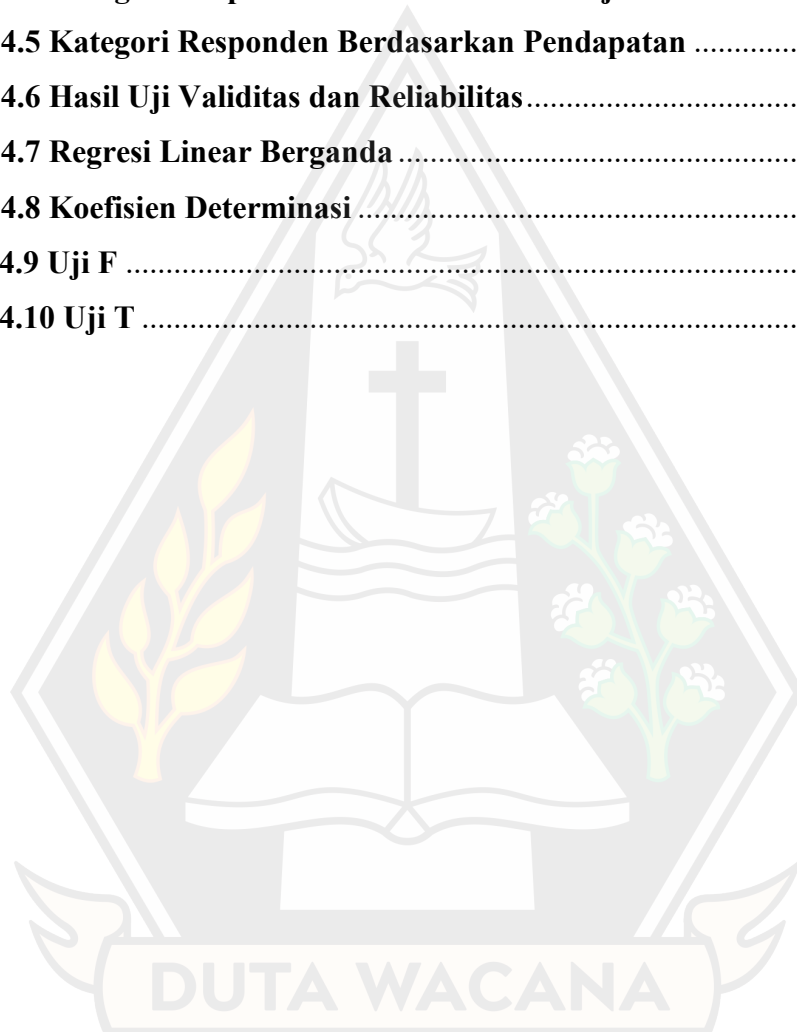
2.1.6. Indikator Persepsi Harga.....	12
2.1.7. Pengertian Kepuasan Pengguna	13
2.1.8. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.9. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	14
2.2. Penelitian Terdahulu	15
2.3. Kerangka Penelitian.....	16
2.4. Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	19
3.2. Tempat Penelitian	19
3.3. Pengumpulan Data	20
3.3.1. Populasi	20
3.3.2. Sampel	20
3.4. Operasionalisasi Variabel dan Pengukuran.....	22
3.4.1. Operasionalisasi Variabel	23
3.4.2. Pengukuran Variabel	24
3.5. Teknik Pengumpulan Data	25
3.6. Teknik Analisis Data	26
3.7. Metode Analisis Data	26
3.7.1. Analisis Deskriptif	26
3.7.2. Analisis Regresi Linear Berganda	27
3.7.3. Koefisien Determinan (R^2).....	27
3.7.4. Uji F	28
3.7.5. Uji t	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1. Analisis Deskriptif.....	30
4.1.1. Jenis Kelamin.....	31
4.1.2. Usia	31
4.1.3. Pendidikan	32
4.1.4. Pekerjaan	32

4.1.5. Pendapatan.....	33
4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	34
4.3. Hasil Uji Statistik.....	35
4.3.1. Hasil Regresi Linear Berganda	35
4.3.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi	37
4.3.3. Hasil Uji F	38
4.3.4. Hasil Uji T	40
4.4. Hasil Pembahasan	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	44
5.1. Kesimpulan	44
5.2. Keterbatasan	44
5.3. Saran.....	44
5.3.1. Bagi Perusahaan Specs	44
5.3.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	45
DAFTAR PUSTAKA	46
DAFTAR LAMPIRAN	49



DAFTAR TABEL

Table 3.2 Skala Likert.....	24
Table 4.1 Kategori Responden Berdasarkan Kelamin	31
Table 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Usia	31
Table 4.3 Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan	32
Table 4.4 Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
Table 4.5 Kategori Responden Berdasarkan Pendapatan	33
Table 4.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
Table 4.7 Regresi Linear Berganda	35
Table 4.8 Koefisien Determinasi	37
Table 4.9 Uji F	38
Table 4.10 Uji T	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	17
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN.....	49
LAMPIRAN 2 DATA RESPONDEN.....	52
LAMPIRAN 3 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	54
LAMPIRAN 4 UJI STATISTIK.....	56
LAMPIRAN 5 TABEL R	58



ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PRODUK OLAHRAGA SPECS DI KOTA YOGYAKARTA

Ignatius Loyola Raja

11180512

Email : ignatiusloyolaraja@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga baik secara parsial maupun simultan terhadap Kepuasan Pengguna produk olahraga Specs di Kota Yogyakarta pada tahun 2024. Teknik dalam pengambilan data menggunakan purposive sampling. Penentuan jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden yang diukur menggunakan rumus Lemeshow. Responden merupakan masyarakat Indonesia dengan usia minimal 17 tahun dan pernah menggunakan produk olahraga Specs. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berbasis Google Form kepada responden, yang kemudian data diolah menggunakan SPSS Versi 26. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan berbagai uji hipotesis yaitu uji determinan (R^2), uji T, dan uji F. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Kualitas Produk dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna produk olahraga Specs baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini memiliki keterbatasan berupa jumlah responden yang terbatas dan hanya mengkaji dua variabel, sehingga disarankan agar penelitian selanjutnya mengeksplorasi variabel lain seperti promosi, pelayanan, dan citra merek.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kepuasan Pengguna, Produk Olahraga Specs.

DUTA WACANA

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Product Quality and Price Perception, both partially and simultaneously, on User Satisfaction of Specs sports products in Yogyakarta City in 2024. The data collection technique used was purposive sampling. The sample size consisted of 100 respondents, determined using the Lemeshow formula. Respondents were Indonesian citizens aged at least 17 years who had used Specs sports products. Data were collected by distributing a questionnaire via Google Forms to the respondents, and subsequently processed using SPSS Version 26. The analytical method employed was multiple linear regression, with hypothesis testing including the coefficient of determination (R^2), T-test, and F-test. The results of this study indicate that Product Quality and Price Perception significantly influence User Satisfaction, both partially and simultaneously. However, Price Perception also has a significant impact. This study has limitations, including a limited number of respondents and the focus on only two variables. Future research is suggested to explore additional factors such as promotion, service, and brand image.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, User Satisfaction, Specs Sports Products.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Specs diartikan sebagai salah satu merek (brand) yang cukup populer di kalangan generasi muda dan komunitas olahraga, khususnya di Indonesia. Hal ini dikonfirmasi melalui salah satu pemberitaan media melalui Kompas.com yang memberitakan bahwa merek (brand) ini memiliki kontribusi dalam mendukung beberapa kegiatan dunia olahraga, khususnya olahraga sepak bola, yang secara langsung diumumkan merilis produk terbaru mereka yakni sepatu *Alphaform Elite* yang siap dimanfaatkan dalam rangka mendukung Piala Presiden 2024 (Zilky, 2024).

Berkenaan dengan konteks tersebut, tentu merek Specs sangat diminati oleh berbagai kalangan atau konsumen yang secara umum sudah memiliki reputasi yang baik dan tampilan yang menarik dalam memikat para penggunanya, apalagi yang labelnya mengikutsertakan produknya di level nasional yakni Piala Presiden 2024.

Lalu, masih berhubungan dengan konteks tersebut Specs tidak hanya berpartisipasi dalam Piala Presiden 2024, tetapi juga aktif dalam berbagai *event* (acara) olahraga lainnya yang memperkuat posisinya di pasar. Salah satu *event* yang signifikan ialah Liga Sepak Bola Pelajar yang berlangsung di Yogyakarta, di mana Specs menjadi sponsor resmi dan menyediakan perlengkapan olahraga untuk para peserta. Disini, keterlibatan Specs dalam *event* ini tidak hanya meningkatkan visibilitas merek di kalangan generasi muda, tetapi juga menunjukkan komitmen mereka terhadap pengembangan olahraga di tingkat akar rumput. Sehingga, dengan dukungan ini, Specs berupaya untuk menjangkau segmen konsumen yang lebih luas, sekaligus membangun loyalitas merek di kalangan atlet muda yang akan menjadi pengguna produk mereka agar muda dikenali (Oda, 2015).

Sementara itu, jika ditelusuri secara spesifik di Kota Yogyakarta, merek (brand) Specs juga mendukung beberapa kegiatan yang umumnya berkontribusi dalam meningkatkan produknya agar mudah dikenali dan diminati sebagai bentuk strategi untuk mendukung keberlangsungan dari merek ini agar tetap bertahan dan

mampu bersaing guna mewujudkan keuntungan ataupun prestasi yang secara nyata memiliki dampak positif bagi para pengguna atau konsumennya secara aktif dalam berbagai aktivitas yang mendukung keberlangsungan dari produk tersebut.

Lebih lanjut, hal ini menjadi faktor yang mendorong adanya peningkatan permintaan terhadap produk dari Specs, meliputi sepatu, pakaian, dan aksesoris yang kecenderungannya secara nyata cukup dikenal karena inovasi dan kualitas produk olahraga yang mampu memberikan kualitas yang baik bagi para penggunanya. Tentunya melalui inovasi dan kualitas yang ada dari merek ini untuk berusaha memperluas pangsa pasar khususnya di kota Yogyakarta yang secara peminatnya cukup dikatakan baik (Rauf & Apriyanti, 2022a).

Akan tetapi untuk memaknai dari deskripsi diatas masih berkenaan variabel yang ada yakni kualitas produk yang dimaknai sebagai salah satu faktor utama yang berdampak pada kepuasan pengguna produk olahraga Specs, artinya produk yang dirancang dengan teknologi canggih dan desain ergonomis memberikan nuansa positif bagi konsumen, sehingga dapat meningkatkan rasa puas mereka terhadap merek yang ditawarkan.

Selain itu, variabel persepsi harga yang ekonomis dinilai dengan merek internasional lainnya juga berperan penting, yang bertujuan ketika konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan produk berkualitas dengan harga yang relevan, hal tersebut akan memperkuat kepuasan mereka dan menciptakan loyalitas terhadap merek. Dengan begitu, dapat ditarik poinnya yakni kualitas produk, persepsi harga, saling terkait dan berperan penting dalam menentukan kepuasan pengguna produk olahraga Specs, dengan keterkaitan yang ada harapannya memformulasi peluang bagi merek Specs untuk terus berkembang dan bersaing di pasar.

Kemudian, berdasarkan fenomena yang ada di atas, menggambarkan bahwa dalam memahami faktor-faktor yang berdampak khususnya kualitas produk, persepsi harga tersebut erat kaitannya dengan meningkatkan minat konsumen, yang mana dapat menentukan bagaimana merek (*brand*) Specs ini cukup banyak peminatnya.

Akan tetapi, konsep tersebut yang diterapkan oleh merek (*brand*) Specs ini merupakan upaya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Salah satu

caranya adalah dengan memahami minat konsumen yang membeli produk dari mereka, baik itu yang akan membeli maupun yang sudah membeli. Selain itu, penting bagi mereka untuk mengetahui karakteristik umum konsumen agar dapat menyajikan produk yang ekonomis dan selaras dengan impian konsumen.

Oleh karena itu, melalui penjelasan tersebut, penulis berminat mengadopsi studi yang berjudul “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi harga Terhadap Kepuasan Pengguna Produk Olahraga Specs di Kota Yogyakarta*” yang diberikan oleh gerai-gerai yang menjual produk Specs.

1.2. Rumusan Masalah

Merujuk pada paparan yang diuraikan, maka penulis ingin merumuskan permasalahan yang dapat dipertanyakan yakni:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pengguna produk olahraga Specs di Kota Yogyakarta?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna produk olahraga Specs di Kota Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan/sasaran dari studi ini:

1. Untuk menganalisis adakah implikasi kualitas produk Specs terhadap kepuasan pengguna produk olahraga Specs di Kota Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis adakah implikasi persepsi harga terhadap kepuasan pengguna produk olahraga Specs di Kota Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat/sumbangsih dari studi ini terbagi menjadi dua:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari studi harapannya memberikan kontribusi dalam pengembangan teori-teori terkait mutu produk, persepsi harga dan pelayanan terhadap kepuasan pengguna produk olahraga Specs di pasar lokal terkhusus Kota Yogyakarta. Kemudian, dapat memperluas pemahaman tentang

bagaimana hubungan tersebut mempengaruhi minat konsumen, khususnya dalam sektor olahraga di kota Yogyakarta. Selain itu, temuan dari studi ini dapat diadopsi untuk mendesain model-model teoritis mengenai konektivitas antara kualitas produk juga persepsi harga terhadap kepuasan pengguna produk olahraga Specs di Kota Yogyakarta dalam memperluas daya tarik merek di pasar yang kompetitif.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Studi ini dijadikan sebagai laporan tugas akhir untuk program studi Strata 1 (S1) Manajemen Pemasaran & untuk memperoleh gelar Sarjana. Lalu, hasil penelitian juga akan menjadi media untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam memahami dan menganalisis kualitas produk, persepsi harga terhadap kepuasan pengguna produk olahraga Specs di Kota Yogyakarta.

b. Bagi Universitas Kristen Duta Wacana

Diharapkan studi akan menambah koleksi referensi ataupun sumber informasi di Universitas Kristen Duta Wacana dalam memberikan tambahan bahan bacaan dan rujukan bagi mahasiswa dan akademisi yang tertarik untuk mengembangkan pengetahuan mereka tentang kualitas produk, persepsi harga terhadap kepuasan pengguna produk olahraga Specs di Kota Yogyakarta. Sehingga, ini juga berfungsi sebagai contoh penerapan teori dalam praktik, yang dapat digunakan dalam proses pembelajaran dan penelitian di lingkungan kampus.

1.5. Batasan Masalah

Agar penelitian mudah dipahami dan spesifik, maka penulis berupaya untuk membatasi fokus dan analisisnya yakni:

1. Penelitian ini hanya memilih satu merek (*brand*) Specs.

2. Variabel yang diteliti yakni Kualitas Produk dan Persepsi harga Terhadap Kepuasan Pengguna Produk olahraga Specs di Kota Yogyakarta.
3. Profil responden yang diteliti diklasifikasikan sebagai berikut yakni jenis kelamin; pendidikan; pekerjaan; pendapatan dan usia.
4. Responden yang diteliti merupakan masyarakat dan yang membeli dan menggunakan produk Specs.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Merujuk hasil analisis serta bahasan sebelumnya, dapat diringkas bahwa:

- a. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna produk olahraga Specs di Kota Yogyakarta.
- b. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna produk olahraga Specs di Kota Yogyakarta.

5.2. Keterbatasan

Merujuk hasil analisis dari studi ini terdapat keterbatasan sebagai berikut yakni:

- a. Jumlah responden yang terbatas, yaitu hanya sebanyak 100 orang pengguna produk olahraga Specs di Kota Yogyakarta. Kalkulasi ini belum mencerminkan populasi secara umum, sehingga hasil studi belum dapat digeneralisasikan pada wilayah atau demografis yang lebih luas.
- b. Variabel independen yang diadopsi dalam studi hanya memuat dua faktor utama, yaitu kualitas produk & persepsi harga. Dengan begitu, variabel-variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi kepuasan pengguna, misalnya promosi, layanan purna jual, gaya hidup, atau loyalitas merek, belum dieksplorasi dalam studi ini.

5.3. Saran

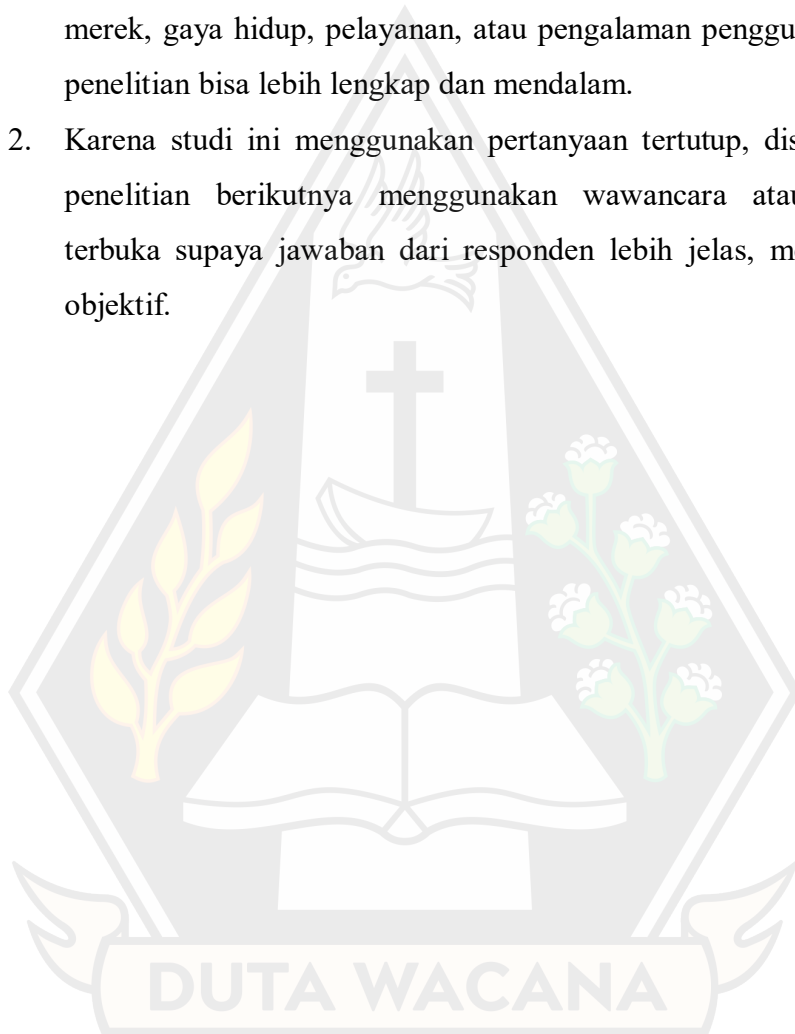
5.3.1. Bagi Perusahaan Specs

Merujuk hasil studi, Specs disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produknya karena hal ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Lalu, perusahaan perlu memastikan produknya memiliki daya tahan, kenyamanan, dan desain yang baik, serta terus berinovasi. Selain itu, penting bagi Specs agar mengawal harga tetap kompetitif serta selaras dengan nilai yang dirasakan konsumen, misalnya dengan memberikan diskon ataupun program loyalitas.

Diakhir, untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar, Specs juga sebaiknya rutin melakukan riset agar mengetahui tren dan keinginan konsumen yang terus berubah.

5.3.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menyertakan variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini, misalnya promosi, citra merek, gaya hidup, pelayanan, atau pengalaman pengguna, agar hasil penelitian bisa lebih lengkap dan mendalam.
2. Karena studi ini menggunakan pertanyaan tertutup, disarankan agar penelitian berikutnya menggunakan wawancara atau pertanyaan terbuka supaya jawaban dari responden lebih jelas, mendalam, dan objektif.



DAFTAR PUSTAKA

- Arinawati; Suryadi. (2021). Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian: Daring dan Pemasaran (1st ed., Vol. 1). Grasindo.
- Chang, L.-Y., Lee, Y.-J., & Huang, C.-L. (2010). The influence of e-word-of-mouth on the consumer's purchase decision: A case of body care products. *Journal of Global Business Management*, 6(2), 1.
- Didin Fatihudin, S. E. (2015). Metode penelitian: Untuk ilmu ekonomi, manajemen, dan akuntansi. Zifatama Jawa.
- Gunawan, S., & Sinuraya, C. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pengendalian Internal Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce. *Jurnal Akuntansi*, 14(1), 100–111. <https://doi.org/10.28932/jam.v14i1.4147>
- Hamali, S., Riswanto, A., Zafar, T. S., Handoko, Y., Sarjana, I. W. M., Saputra, D., Manafe, H. A., Susanti, I., Kurniawan, S., & Sarjono, H. (2023). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Praktis Untuk Penelitian & Penulisan Karya Ilmiah Ilmu Manajemen. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Harjadi; Didik; Arraniri; Iqb. (2021). Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial (1st ed., Vol. 1). Penerbit Insania.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (1st ed.). Unitomo Press.
- Jumadi, J., Fadli, U. M. D., & Khalida, R. R. (2023). Analisis Positioning Kualitas Produk Sepatu Sepak Bola Nike, Adidas, Ortuseight, Specs Dan Mizuno. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6347–6355.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>
- Lupiyoadi. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa (3rd ed.). Salemba Empat.
- Moko. (2021). Manajemen Kinerja: Teori dan Praktik (1st ed., Vol. 1). UB Press.
- Nur, A. M., Bahri, S., & Nirwan, N. (2020a). Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Sepatu Futsal Merek Specs Di Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 6(3), 195–203.
- Nur, A. M., Bahri, S., & Nirwan, N. (2020b). Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Sepatu Futsal Merek Specs di Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 6(3), 195–203. <https://doi.org/10.22487/jimut.v6i3.200>
- Oda. (2015, October 26). Hebohnya Specs Running Tribun Jogja Color Fun Run. *TribunJogja*. <https://jogja.tribunnews.com/2015/10/26/video-hebohnya-specs-running-tribun-jogja-color-fun-run>

- Rachmawanto, D. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus pada Pengguna Sepatu Specs di Lumajang Sport Centre).
- Rauf, A., & Apriyanti, M. D. (2022a). LOYALITAS PELANGGAN: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 106–115.
- Rauf, A., & Apriyanti, M. D. (2022b). Loyalitas Pelanggan: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 106–115.
- Sopiah; E. M, S. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)* (1st ed., Vol. 1). Bumi Aksara.
- Storm, J. (2023). *Quantitative Analysis for Management*. In *Quantitative Analysis for Management*, Global Edition. Pearson Education.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)* (2nd ed.). Alfabeta.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=853411>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed., Vol. 1). CV Andi Offset.
- Wijaya, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Asosiasi Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(01), 1–16. <https://doi.org/10.24123/jbt.v2i01.1082>
- Zilky, A. B. S. (2024, July 12). Specs Perkenalkan Sepatu Alphaform Elite, Siap Dipakai di Piala Presiden 2024. *Kompas*.
<https://www.kompas.com/sports/read/2024/07/12/19300028/specs-perkenalkan-sepatu-alphaform-elite-siap-dipakai-di-piala-presiden>

