

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

##### 5.1.1 Kesimpulan Berdasarkan Analisis Deskriptif

1. Responden yang merupakan kelahiran pada tahun 1995 hingga 2010 sehingga memasuki kriteria Gen Z dalam filter pertanyaan ini memperoleh 403 responden sebanyak 100%.
2. Responden berasal dari kalangan mahasiswa dengan proporsi presentase sebesar 29.8% atau 120 jumlah keseluruhan responden.
3. Responden dengan pemasukan diatas 3.000.001 mendominasi dengan presentase 41.9%.

##### 5.1.2 Kesimpulan Berdasarkan Analisis Hipotesis Penelitian

1. Hasil pengujian hipotesis pertama yakni Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.208 nilai *p-values* sebesar  $0,000 < 0,05$  dan t-statistik sebesar  $3.796 > 1,960$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa **“Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian”** diterima.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua yakni Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.284 nilai *p-values* sebesar  $0,000 < 0,05$  dan t-statistik sebesar  $4.701 > 1,960$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa **“Kualitas Layanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian”** diterima.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga yakni Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.148 nilai *p-values* sebesar  $0.014 < 0,05$  dan t-statistik sebesar  $2.467 > 1,960$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa **“Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan”** diterima.

4. Hasil pengujian hipotesis keempat yakni Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.270 nilai *p-values* sebesar  $0,000 < 0,05$  dan t-statistik sebesar  $3.818 > 1,960$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa **“Kualitas Layanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan”** diterima.
5. Hasil pengujian hipotesis kelima yakni Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.193 nilai *p-values* sebesar  $0,001 < 0,05$  dan t-statistik sebesar  $3.314 > 1,960$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa **“Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian”** diterima.
6. Hasil pengujian hipotesis keenam yakni Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.029 nilai *p-values* sebesar  $0.048 < 0,05$  dan t-statistik sebesar  $1.983 > 1,960$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa **“Kepuasan Pelanggan Mampu Memediasi Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian”** diterima.
7. Hasil pengujian hipotesis ketujuh yakni Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.052 nilai *p-values* sebesar  $0.020 < 0,05$  dan t-statistik sebesar  $2.334 > 1,960$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa **“Kepuasan Pelanggan Mampu Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian”** diterima.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan, maka implikasi manajerial yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis pertama, terdapat pengaruh signifikan dari harga terhadap keputusan pembelian. Nilai *mean* yang dihasilkan pada indikator kedua membuktikan bahwa konsumen menganggap kebijakan penetapan harga produk Uniqlo relatif. Sehingga harga dapat menentukan keputusan pembelian dari seseorang. Menurut konsumen yang pernah membeli produk Uniqlo memiliki anggapan harga yang dimiliki oleh Uniqlo dirasa sudah relatif.
2. Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis kedua, terdapat pengaruh signifikan dari Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian. Nilai *mean* yang dihasilkan pada indikator ketujuh membuktikan bahwa karyawan Perusahaan Uniqlo selalu bersedia membantu pelanggan. Yang menyebabkan konsumen memutuskan untuk membeli produk Uniqlo karena pada store Uniqlo memiliki karyawan yang dapat membantu konsumen dengan baik, menanggapi apa yang diinginkan konsumen dengan baik sehingga konsumen dapat merasa senang membeli produk Uniqlo.
3. Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis ketiga, terdapat pengaruh signifikan dari harga terhadap kepuasan pelanggan. Nilai *mean* yang dihasilkan pada indikator ketiga membuktikan bahwa saya puas dengan informasi dan layanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan Uniqlo. Konsumen Uniqlo mendapat informasi dan menerima layanan yang baik dari karyawan yang ada di Uniqlo, informasi dan layanan yang diberikan dapat membantu seseorang konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian atau tidak.
4. Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis keempat, terdapat pengaruh signifikan dari layanan terhadap keputusan pembelian. Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan reputasinya yang baik. Uniqlo merupakan merek yang sudah terkenal di kalangan gen z di Indonesia sehingga para calon pembeli melihat bagaimana reputasi yang

dimiliki oleh Uniqlo sehingga dapat membantu untuk meningkatkan rasa percaya konsumen untuk memilih produk Uniqlo, sehingga reputasi yang baik dapat meningkatkan penjualan Uniqlo juga.

5. Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis kelima, terdapat pengaruh signifikan dari kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi keputusan pembelian sehingga konsumen dapat memilih dimana dapat merasakan puas saat membeli sebuah produk yang dapat menjadikan seseorang yang telah membeli produk di Uniqlo dapat melakukan pembelian kembali karena merasa puas saat setelah membeli produk Uniqlo tersebut.
6. Terdapat pengaruh kepuasan yang memediasi pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian, dengan adanya hubungan antara kepuasan pelanggan maka dapat mempengaruhi harga untuk melakukan pembelian sebuah produk Uniqlo. Seorang konsumen akan merasa puas dengan produk Uniqlo dan harga yang dipatok sehingga dapat merasa cocok apa yang didapat dengan apa yang mereka bayar terutama pada gen z yang dapat merasakan apakah cocok membayar dengan harag sekian untuk melakukan keputusan pembelian.
7. Terdapat pengaruh kepuasan yang memediasi pengaruh dari Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian, melalui adanya hubungan kepuasan pelanggan dengan Kualitas Layanan dapat mempengaruhi untuk seseorang melakukan pembelian di Uniqlo apakah mereka dapat merasakan memperoleh layanan dari karyawan Uniqlo dengan baik atau tidak jika merasa mendapat layanan yang baik dari seorang karyawan maka dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian produk Uniqlo tersebut.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini hanya berfokus pada empat variabel utama yaitu harga, Kualitas Layanan, kepuasan pelanggan, dan minat pembelian. Faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap minat pembelian seperti promosi, lokasi toko, pelayanan pelanggan, dan tren mode tidak dianalisis secara mendalam.

2. Penelitian ini mungkin tidak mempertimbangkan data historis yang lebih lama mengenai harga, Kualitas Layanan, kepuasan pelanggan, dan minat pembelian. Hal ini dapat mengakibatkan analisis yang kurang komprehensif mengenai perubahan jangka panjang dalam persepsi dan perilaku pelanggan.
3. Penelitian ini hanya menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi, oleh karena itu, penelitian di masa depan juga perlu menggunakan inovasi, strategi diferensiasi, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pasar sebagai variabel mediasi untuk memahami pandangan perilaku pelanggan terkait dengan keputusan pembelian mereka.

#### **5.4 Saran Penelitian**

1. Hendaknya produsen melakukan riset kondisi terbaru pasar sebelum menentukan harga produk, baik itu dengan melihat pesaing maupun daya beli dari target konsumennya sehingga harga yang dibanderolkan mampu dijangkau oleh konsumen.
2. Layanan yang berkualitas mutlak diperlukan dan harus selalu ditingkatkan untuk meraih kepuasan pelanggan serta meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen.
3. Penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Adrianto, A. (2021). *Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone*. <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>

- Aliman, N. K., & Mohamad, W. N. (2016). Linking Service Quality, Patients' Satisfaction and Behavioral Intentions: An Investigation on Private Healthcare in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224, 141–148. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.419>
- Bilson Simamora. (2004). *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Ilmu.
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Chien, L., & Chi, S. (2019a). Corporate image as a mediator between service quality and customer satisfaction: difference across categorized exhibitors. *Heliyon*, 5, 1307. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019>
- Chien, L., & Chi, S. (2019b). Corporate image as a mediator between service quality and customer satisfaction: difference across categorized exhibitors. *Heliyon*, 5, 1307. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019>
- Chui, T. B., Ahmad, M. S. bin, Bassim, F. binti A., & Zaimi, N. binti A. (2016). Evaluation of Service Quality of Private Higher Education Using Service Improvement Matrix. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224, 132–140. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.417>
- Darwin Muhammad. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/354059356>
- De, H., Carvalho, F., De Sousa Saldanha, E., & Amaral, A. M. (2020). The Mediation Effects of Customer Satisfaction on the Relations Between Product Harga, Service Quality and Purchasing Decision. In *Journal of Business and Management* (Vol. 2, Issue 1).
- Delcourt, C., Gremler, D. D., Van Riel, A. C. r., & Van Birgelen, M. (2013). Effects of perceived employee emotional competence on customer satisfaction and loyalty: The mediating role of rapport. *Journal of Service Management*, 24(1), 5–24. <https://doi.org/10.1108/09564231311304161>
- DONALD R. COOPER. (2021). *Business Research Methods*.
- Ellitan, L. (2023). *Strategies for Achieving Competitive Advantage: The Case of Amazon*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8373836>
- Fadhilah, M., Dwi Cahya, A., & Ardiansyah, M. J. (2022). *The Effect of Harga And Service Quality on Consumer Satisfaction With Purchasing Decisions As Mediating Variables on Alfamart Consumers*.
- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PERSAINGAN TERHADAP MINAT BELI. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Hardani MSi, A., Ustiawaty, J., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>

- Herry Purnomo. (2024). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*.
- Ilham Hadi Nur Yufa, & Dwi Lestari Wuryaningsih. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 614–626.
- Ismail Razak, Nazief Nirwanto, & Boge Triatmanto. (2017). *The Impact of Product Quality and Harga on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value*.
- Joseph F.Hair Jr, William C.Black, Barry J.Babin, & Rolph E.Anderson. (n.d.). *Multivariate Data Analysis*. 2019.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management, Millenium Edition*.  
www.pearsoncustom.com
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.).
- Kristianto, P. L. (2011). *INTEGRASI ILMU PSIKOLOGI DALAM KEGIATAN PEMASARAN*.
- Marsedes, I., Agussalim, ;, & Haryati, R. (2021). The Influence Of Harga And Product Quality Towards Purchase Decision Of Smartphone In Creativemobile Padang. *JM*, 2. <https://kumparan.com>,
- Maslowska, E., Malthouse, E. C., & Viswanathan, V. (2017). Do customer reviews drive purchase decisions? The moderating roles of review exposure and Harga. *Decision Support Systems*, 98, 1–9.  
<https://doi.org/10.1016/j.dss.2017.03.010>
- Meesala, A., & Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 261–269. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.011>
- Moser, A. K. (2016). Consumers' purchasing decisions regarding environmentally friendly products: An empirical analysis of German consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 389–397.  
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.05.006>
- Muhson, A. (2022). *Analisis Statistik dengan SmartPLS ii Analisis Statistik dengan SmartPLS: Path Analysis, Confirmatory Factor Analysis, & Structural Equation Modeling*.
- Philip Kotler, & Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing*.
- Plötner, O., Lakotta, J., & Jacob, F. (2010). *Differentiating Market Offerings Using Complexity and Co-Creation: Implications for Customer Decision-Making Uncertainty*. [www.escpeurope.de](http://www.escpeurope.de)
- Rafqi Okta Agung Anugerah, & Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DI PT AGUNG ANUGERAH MOTOR BEKASI*.
- Rentz, J. O., Shepherd, C. D., Tashchian, A., Dabholkar, P. A., & Ladd, R. T. (2002). A measure of selling skill: Scale development and validation. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 22(1), 13–21.  
<https://doi.org/10.1080/08853134.2002.10754289>

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. (8th ed.).  
<https://bookshelf.vitalsource.com/books/9781119561248>
- Tika, D., & Ningrum, C. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Persepsi Harga, Social Media Marketing, Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 193–212.
- von Helversen, B., Abramczuk, K., Kopeć, W., & Nielek, R. (2018). Influence of consumer reviews on online purchasing decisions in older and younger adults. *Decision Support Systems*, 113, 1–10.  
<https://doi.org/10.1016/j.dss.2018.05.006>
- Wibisono, D. (2017). *ANALISIS KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN DENGAN MENGGUNAKAN INTEGRASI METODE SERVQUAL DAN QFD: STUDI KASUS SEKOLAH YASPORBI* (Vol. 9, Issue 1).
- William Stanton. (2000). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Zaini, A., & Malang, P. N. (2022). *PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP REPEAT BUYING (Studi Pada Pelanggan Barbershop di Kota Malang)*. <https://www.researchgate.net/publication/361823825>
- Zeithaml. (2012). *Perceived Harga and service quality as mediators between Harga fairness and perceived value in business banking relationships: a micro-enterprise perspective*.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Lampiran Variabel dan Indikator

| Variabel         | Indikator                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Harga            | <p>PR 1 Saya membayar harga yang wajar untuk produk Uniqlo</p> <p>PR 2 Saya menganggap kebijakan penetapan harga produk Uniqlo relatif</p> <p>PR 3 Saya menganggap kebijakan penetapan harga produk Uniqlo masuk akal</p> <p>PR 4 Saya menganggap kebijakan penetapan harga produk Uniqlo dapat diterima</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Kualitas Layanan | <p>SE 1 Ketika pelanggan mengalami masalah, perusahaan bersikap simpatik dan menenangkan.</p> <p>SE 2 Fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan biasanya menarik.</p> <p>SE 3 Karyawan di perusahaan selalu berpakaian rapi dan terlihat bersih.</p> <p>SE 4 Karyawan perusahaan selalu bersedia membantu pelanggan saat pelanggan mengalami masalah.</p> <p>SE 5 Karyawan perusahaan memberikan layanan mereka sesuai dengan waktu yang mereka janjikan.</p> <p>SE 6 Perusahaan memberikan informasi dan layanan yang akurat sesuai dengan yang mereka janjikan.</p> <p>SE 7 Karyawan di perusahaan memberitahu pelanggan secara tepat kapan layanan akan dilakukan.</p> <p>SE 8 Karyawan perusahaan selalu bersedia membantu pelanggan.</p> <p>SE 9 Karyawan di perusahaan memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan.</p> <p>SE 10 Karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.</p> |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <p>SE 11 Karyawan perusahaan bersikap sopan terhadap pelanggan.</p> <p>SE 12 Pelanggan merasa aman saat berurusan dengan perusahaan.</p> <p>SE 13 Staf perusahaan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.</p> <p>SE 14 Perusahaan selalu menempatkan kepentingan terbaik pelanggan di hati.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Kepuasan Pelanggan  | <p>CS 1 Saya puas dengan layanan secara keseluruhan yang diberikan oleh perusahaan.</p> <p>CS 2 Saya puas dengan perlakuan yang saya terima dari karyawan perusahaan.</p> <p>CS 3 Saya puas dengan informasi dan layanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Keputusan Pembelian | <p>CP 1 Saya memutuskan untuk membeli Uniqlo berdasarkan produk.</p> <p>CP 2 Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan kualitas dan harga yang ditawarkan.</p> <p>CP 3 Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan Kualitas Layanan yang ditawarkan.</p> <p>CP 4 Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan rekomendasi dari orang lain.</p> <p>CP 5 Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan pengalaman yang saya miliki dengan perusahaan tersebut.</p> <p>CP 6 Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan reputasinya yang baik.</p> |

**Lampiran 2. Lampiran Kuisisioner**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
UNIQLO PADA GEN Z DI INDONESIA**

**A. Pertanyaan Filter**

1. Apakah anda merupakan kelahiran tahun 1995 sd tahun 2010 yang merupakan Gen Z?
  - a. Ya
  - b. Tidak
2. Apakah anda pernah membeli produk Uniqlo?
  - a. Ya
  - b. Tidak

**B. Profil Responden**

1. Jenis Kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Status
  - a. Mahasiswa
  - b. Pegawai Negeri
  - c. Pegawai Swasta
  - d. Wiraswasta
  - e. Lainnya
3. Pendapatan Perbulan
  - a. < Rp 1.000.000
  - b. Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000
  - c. Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
  - d. > Rp 3.000.001

**A. Harga**

| No | Pertanyaan                                         |
|----|----------------------------------------------------|
| 1  | Saya membayar harga yang wajar untuk produk Uniqlo |

|   |                                                                        |
|---|------------------------------------------------------------------------|
| 2 | Saya menganggap kebijakan penetapan harga produk Uniqlo relatif        |
| 3 | Saya menganggap kebijakan penetapan harga produk Uniqlo masuk akal     |
| 4 | Saya menganggap kebijakan penetapan harga produk Uniqlo dapat diterima |

## B. Kualitas Layanan

| No | Pertanyaan                                                                                 |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Ketika pelanggan mengalami masalah, perusahaan bersikap simpatik dan menenangkan           |
| 2  | Fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan biasanya menarik                                 |
| 3  | Karyawan di perusahaan selalu berpakaian rapi dan terlihat bersih                          |
| 4  | Karyawan perusahaan selalu bersedia membantu pelanggan saat pelanggan mengalami masalah    |
| 5  | Karyawan perusahaan memberikan layanan mereka sesuai dengan waktu yang mereka janjikan     |
| 6  | Perusahaan memberikan informasi dan layanan yang akurat sesuai dengan yang mereka janjikan |
| 7  | Karyawan di perusahaan memberitahu pelanggan secara tepat kapan layanan akan dilakukan     |
| 8  | Karyawan perusahaan selalu bersedia membantu pelanggan                                     |
| 9  | Karyawan di perusahaan memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan                      |
| 10 | Karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan                          |
| 11 | Karyawan perusahaan bersikap sopan terhadap pelanggan                                      |
| 12 | Pelanggan merasa aman saat berurusan dengan perusahaan                                     |
| 13 | Staf perusahaan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan                              |
| 14 | Perusahaan selalu menempatkan kepentingan terbaik pelanggan di hati                        |

## C. Kepuasan Pelanggan

| No | Pertanyaan                                                                     |
|----|--------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Saya puas dengan layanan secara keseluruhan yang diberikan oleh perusahaan     |
| 2  | Saya puas dengan perlakuan yang saya terima dari karyawan perusahaan           |
| 3  | Saya puas dengan informasi dan layanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan |

## D. Keputusan Pembelian

| No | Pertanyaan                                                                                                          |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Saya memutuskan untuk membeli Uniqlo berdasarkan produk                                                             |
| 2  | Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan kualitas dan harga yang ditawarkan                     |
| 3  | Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan Kualitas Layanan yang ditawarkan                       |
| 4  | Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan rekomendasi dari orang lain                            |
| 5  | Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan pengalaman yang saya miliki dengan perusahaan tersebut |
| 6  | Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan reputasinya yang baik                                  |



### Lampiran 3. Lampiran Kuisisioner Daring (Google Form)

Pertanyaan Jawaban 403 Setelan

UNI QLO

Bagian 1 dari 8

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNIQLO PADA GEN Z DI INDONESIA**

B I U G X

Hai! **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNIQLO PADA GEN Z DI INDONESIA**

Perkenalkan nama saya Louis Melvern Hartono dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan Program Studi Manajemen Pemasaran. Saat ini, saya sedang menempuh tugas akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan studi S1 dengan melakukan penelitian mengenai "**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNIQLO PADA GEN Z DI INDONESIA**". Saya memohon waktu dan kesediaan Anda untuk mengisi kuisisioner ini.

Segala informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaanya dan hanya digunakan untuk kebutuhan penelitian. Saya ucapkan terima kasih atas waktu dan kesediaan Anda.

Apabila terdapat pertanyaan mengenai kuisisioner ini, Anda dapat menghubungi saya pada: [louismelvern@gmail.com](mailto:louismelvern@gmail.com)

(Klik next/berikutnya)

Pertanyaan

Jawaban

403

Setelan

Bagian 2 dari 8

Kriteria Kuisioner

Saya mohon Anda dapat memberikan jawaban dengan jujur, sesuai dengan kondisi Anda sekarang agar hasil penelitian ini dapat akurat dan relevan. Jawaban Anda sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Berikut 2 kriteria responden untuk penelitian yang saya lakukan, diantaranya:

Apakah anda merupakan kelahiran tahun 1995 sd tahun 2010 yang merupakan Gen Z? \*

☐ Ya

☐ Tidak

Setelah bagian 2

Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 3 dari 8

Kriteria Kuisioner

Deskripsi (opsional)

Apakah anda pernah membeli produk Uniqlo? \*

☐ Ya

☐ Tidak

Bagian 4 dari 8

Profil Responden



Deskripsi (opsional)

Jenis Kelamin \*

☐ Pria☐ Wanita

Status \*

☐ Mahasiswa☐ Pegawai Negeri☐ Pegawai Swasta☐ Wiraswasta☐ Lainnya...

Pendapatan per bulan \*

☐ < Rp. 1.000.000☐ Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000

Pertanyaan

Jawaban

403

Setelan

Saya menganggap kebijakan penetapan harga produk Uniqlo relatif \*

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju

☐

☐

☐

☐

☐

Sangat Setuju

Saya menganggap kebijakan penetapan harga produk Uniqlo masuk akal \*

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju

☐

☐

☐

☐

☐

Sangat Setuju

Saya menganggap kebijakan penetapan harga produk Uniqlo dapat diterima \*

1

2

3

4

5

Sangat Tidak Setuju

☐

☐

☐

☐

☐

Sangat Setuju

Setelah bagian 5
Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 6 dari 8

Kualitas Produk

×

⋮

Deskripsi (opsional)

Fasilitas Uniqlo yang ditawarkan oleh perusahaan biasanya menarik \*

Sangat Tidak Setuju      1      2      3      4      5      Sangat Setuju

☐   ☐   ☐   ☐   ☐

Karyawan di perusahaan Uniqlo selalu berpakaian rapi dan terlihat bersih \*

Sangat Tidak Setuju      1      2      3      4      5      Sangat Setuju

☐   ☐   ☐   ☐   ☐

Karyawan Perusahaan Uniqlo selalu bersedia membantu pelanggan saat pelanggan mengalami masalah \*

Sangat Tidak Setuju      1      2      3      4      5      Sangat Setuju

☐   ☐   ☐   ☐   ☐

Karyawan perusahaan Uniqlo memberikan layanan mereka sesuai dengan waktu yang mereka janjikan \*

Sangat Tidak Setuju      1      2      3      4      5      Sangat Setuju

☐   ☐   ☐   ☐   ☐

Pertanyaan

Jawaban

403

Setelan

Karyawan Uniqlo memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan \*

|                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |               |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| Sangat Tidak Setuju | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Sangat Setuju |

Karyawan perusahaan Uniqlo bersikap sopan terhadap pelanggan \*

|                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |               |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| Sangat Tidak Setuju | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Sangat Setuju |

Pelanggan Uniqlo merasa aman saat berurusan dengan perusahaan \*

|                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |               |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| Sangat Tidak Setuju | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Sangat Setuju |

Staf perusahaan Uniqlo memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan \*

|                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |               |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| Sangat Tidak Setuju | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Sangat Setuju |

Pertanyaan

Jawaban

403

Setelan

Perusahaan Uniqlo selalu menempatkan kepentingan terbaik pelanggan di hati \*

|                     |                       |                       |                       |                       |                       |               |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
|                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |               |
| Sangat Tidak Setuju | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Sangat Setuju |

Karyawan di perusahaan Uniqlo menghargai rasa hormat dan perhatian individual \*

|                     |                       |                       |                       |                       |                       |               |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
|                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |               |
| Sangat Tidak Setuju | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Sangat Setuju |

Setelah bagian 6 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 7 dari 8

**Kepuasan Pelanggan**

Deskripsi (opsional)

Saya puas dengan layanan secara keseluruhan yang diberikan oleh perusahaan Uniqlo \*

|                     |                       |                       |                       |                       |                       |               |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
|                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |               |
| Sangat Tidak Setuju | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Sangat Setuju |

Pertanyaan
Jawaban
403
Setelan

Sangat Tidak Setuju
☐
☐
☐
☐
☐
Sangat Setuju

...

Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan rekomendasi dari orang lain \*

1
2
3
4
5

Sangat Tidak Setuju
☐
☐
☐
☐
☐
Sangat Setuju

Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan pengalaman yang saya miliki dengan perusahaan tersebut \*

1
2
3
4
5

Sangat Tidak Setuju
☐
☐
☐
☐
☐
Sangat Setuju

Saya memutuskan untuk membeli produk dari Uniqlo berdasarkan reputasinya yang baik \*

1
2
3
4
5

Sangat Tidak Setuju
☐
☐
☐
☐
☐
Sangat Setuju

Sangat Tidak Setuju
☐
☐
☐
☐
☐
Sangat Setuju