

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP PERILAKU**

**KONSUMEN PASTA GIGI PEPSODENT**

**(Studi Kasus di Rt 008/012 Jl. Bojoran 1 Duren Sawit Jakarta Timur)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai

Gelar Sarjana Ekonomi (SI) Jurusan Manajemen Pemasaran

Oleh

**NURUL ALWIYANI**

2010410042



**FAKULTAS EKONOMI**

**JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN**

**UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**JAKARTA**

**2014**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :


Nama : Nurul Alwiyani  
No. Pokok : 2010410042  
Jurusan/Peminatan : Manajemen/Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PASTA GIGI PEPSODENT ( STUDY KASUS DI RT 008/012 JL. BUARAN 1 DUREN SAWIT JAKARTA TIMUR )** yang dibimbing oleh Bapak Firsan Nova, SE. MM dan Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta pada tanggal 12 Agustus 2014.

Yang menyatakan,

  
METERAI  
TEMPEL  
6000  
DJP  
Nurul Alwiyani

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurul Alwiyani  
No. Pokok : 2010410042  
Jurusan : Manajemen  
Peminatan : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PASTA GIGI PEPSODENT (STUDI KASUS RT 008/012 JL. BUARAN 1 DUREN SAWIT JAKARTA TIMUR).**

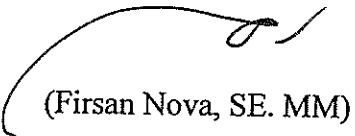
Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana.

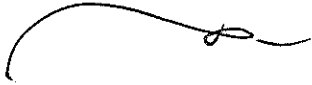
Jakarta, 12 Agustus 2014

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

Pembimbing I

  
(Firsan Nova, SE. MM)

  
(Firsan Nova, SE. MM)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurul Alwiyani  
No. Pokok : 2010410042  
Jurusan/Peminatan : Manajemen/Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PASTA GIGI PEPSODENT (STUDI KASUS RT 008/012 JL. BUARAN 1 DUREN SAWIT JAKARTA TIMUR)**




Telah diperiksa, dikaji dan ujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana tanggal 18 Agustus 2014 dengan hasil baik **A..**

Jakarta, 18 Agustus 2014

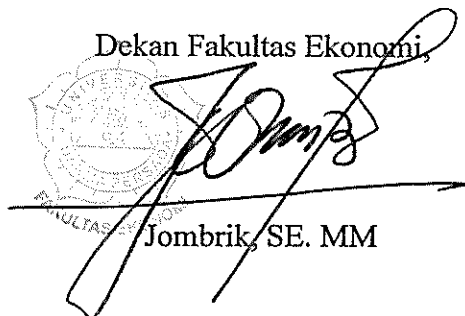
Ketua Jurusan Manajemen

  
(Firsan Nova, SE. MM)

### PANITIA PENGUJI SKRIPSI

	Nama Penguji	Jabatan menguji	Tanda tangan
1	Firsan Nova, SE. MM	Ketua Penguji	
2	Drs. Fauzi Baisyir, MM	Anggota Penguji	
3	Sukardi Harjo S, SE. MM	Anggota Penguji	

Dekan Fakultas Ekonomi,

  
Jombrik, SE. MM

## ABSTRAK

NURUL ALWIYANI, 2010410042, PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PASTA GIGI PEPSODENT (STUDI KASUS DI RT 008/012 JL.BUARAN 1 DUREN SAWIT JAKARTA TIMUR 13470).

Jumlah Hal : xviii + 100 hal: 2014

Kata Kunci : Perilaku Konsumen

Penelitian ini diajukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen pasta gigi pepsodent (studi kasus di RT 008/012 Jl. Buaran 1 Duren Sawit Jakarta Timur 13470). Sampel penelitian ini adalah warga di Rt 008/012 Jl. Buaran 1 Duren Sawit Jakarta Timur dengan metode purposive, yaitu 100 responden. Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini dengan cara *survey* secara individu dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Nilai sigifikasi variabel ini adalah 0,000, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hasil analisis dilihat dari korelasi antar variabel yang memiliki hubungan antara kualitas produk terhadap perilaku konsumen sangat kuat yaitu 0,931. Selanjutnya kualitas produk sangat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu sebesar 0,866 atau 86,6% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Jakarta, 12 Agustus 2014

Penulis,



(Nurul Alwiyani)

## KATA PENGANTAR

Bismil-laahir-rahmanir-raahim

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat yang telah diberikan kepada penulis baik berupa nikmat sehat dan nikmat iman sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini di susun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.

Untuk itu, atas segala bantuan dan penghargaan yang telah diberikan oleh pembimbing dan semua pihak kepada penulis yang sangat berarti dan bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

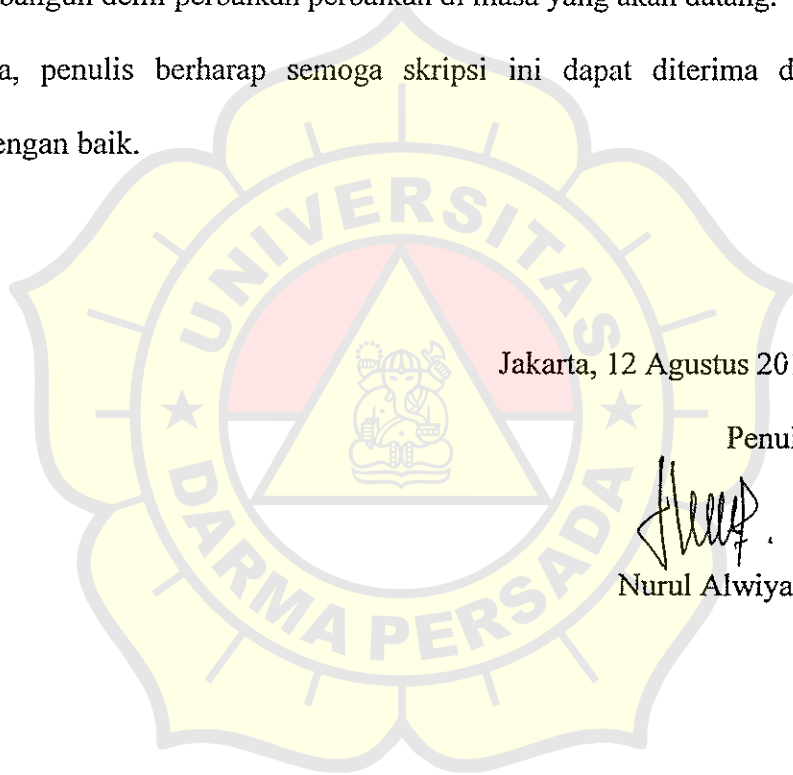
1. Bapak Firsan Nova, SE, MM selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, dan beliau juga selaku Dosen Pembimbing I Materi dan Teknis yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan mengarahkan penulis dengan kesabaran dan keikhlasannya.
2. Bapak Jombrik, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta beserta jajarannya.
3. Ibu Dini Rahayu, SE selaku dosen PA (Pembimbing Akademik) saya dari semester I-VIII yang sudah setia membimbing saya dan teman-teman saya yang lain dengan ketegasan dan kedisiplinan beliau.

4. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi jurusan manajemen Universitas Darma Persada Jakarta atas ilmunya yang insya allah bermanfaat dan insya aliah saya akan gunakan sampai akhir hayat.
5. Bapak H. Didi Zaidi selaku ketua RW 012 Jl. Buaran 1 Duren Sawit Jakarta Timur.
6. Seluruh warga Rt 008/012 Jl. Buaran 1 Duren Sawit Jakarta Timur.
7. Kedua orang tua saya yang tercinta dan tersayang, dan tidak ada lagi orang yang sayang dengan tulus dan ikhlas seperti kalian Mama dan Bapak, entah kata-kata apa yang pantas kutunjukkan untuk beliau. Hanya ucapan terima kasih atas pengertiannya, bimbingannya, kasih sayangnya, perhatiannya, dukungan dan doa-doanya selama ini, hanya Allah yang mampu membalas semua kebaikan beliau. Serta kedua adik kandung dan seluruh keluarga saya yang sudah setia memberi perhatiannya dalam mengingatkan saya untuk terus semangat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman Manajemen angkatan 2010 yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu dan terutama untuk sahabat saya Novi, Indri, Astrid, Gusty, Resty, Putri, Ika (mereka adalah sahabat saya yang ikut merasakan dan membantu saya di saat suka dukanya saya dalam proses penyusunan skripsi ini) terima kasih atas motivasi kalian semua, berbagi suka, duka, canda, dan tawa. Terima kasih karena kalian memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan kita harus selalu ingat teman, bahwa di dalam setiap cobaan atau masalah pasti ada jalan keluarnya dan akan selalu ada hikmahnya jika kita menjalaninya dengan sungguh-sungguh dan ikhlas.

9. Fajar Agus Setiyawan Syah orang yang selalu memberikan pengertian, perhatian, dukungan dan semangat serta do'anya dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudah menemaniku disaat suka dan duka.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini hasilnya masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat dengan baik.



Jakarta, 12 Agustus 2014

Penulis

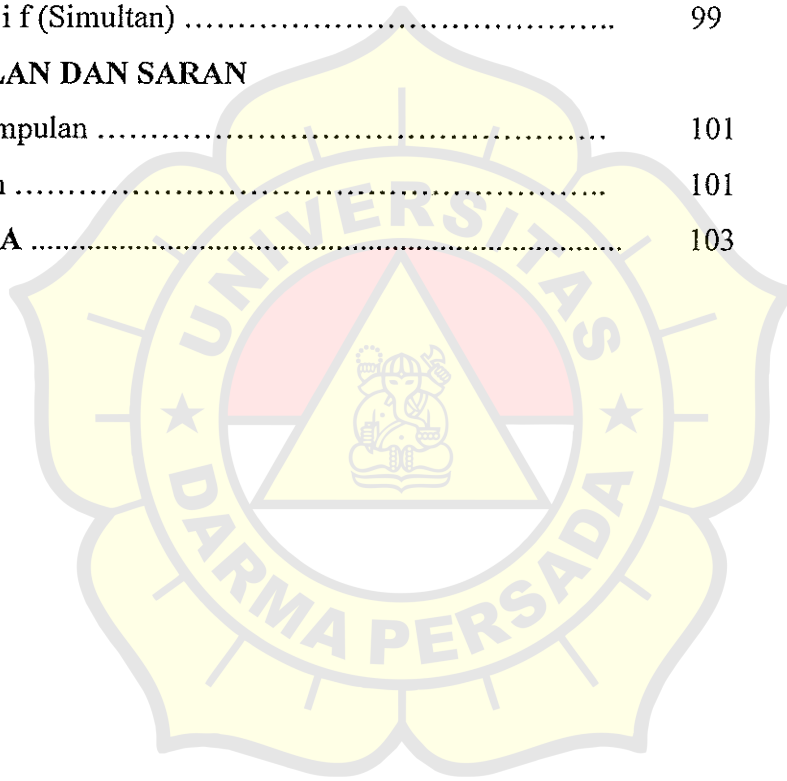
  
Nurul Alwiyani

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Manajemen Pemasaran	
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	7
2. Tujuan Manajemen Pemasaran .....	8
3. Fungsi Manajemen pemasaran .....	8
4. Bauran Pemasaran .....	11
B. Produk	
1. Pengertian Produk .....	12
2. Tingkatan Produk .....	14
3. Hierarki Produk .....	15
4. Klasifikasi Produk .....	16
C. Kualitas	
1. Pengertian Kualitas .....	21
2. Dimensi Kualitas .....	23
3. Penentu – penentu Kualitas .....	25

D. Perilaku Konsumen	
1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	26
2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	27
3. Model – model Perilaku Konsumen .....	30
E. Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	34
B. Jenis dan Sumber Data .....	34
C. Populasi dan Sampel	
1. Populasi .....	35
2. Sampel .....	35
D. Metode Pengumpulan Data .....	37
E. Alat Analisis .....	38
F. Definisi Variabel Operasional .....	39
<b>BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan	
1. Sejarah PT Unilever Tbk .....	43
2. Perluasan Unilever Indonesia .....	45
3. Visi dan Misi PT Unilever Tbk	
a. Visi PT Unilever Tbk .....	48
b. Misi PT Unilever Tbk .....	48
4. Sejarah Singkat Pepsodent .....	49
5. Struktur Organisasi PT Unilever Tbk .....	50
B. Analisa dan Pembahasan Hasil Penelitian	
1. Pembahasan dan Analisa Data Responden .....	53
2. Pembahasan Analisa Variabel .....	58
a. Kualitas Produk .....	58
b. Perilaku Konsumen .....	75
3. Pembahasan dan Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	
a. Uji Validitas .....	92
b. Uji Reliabilitas .....	94

4. Analisa Regresi Linear sederhana	
a. Analisis Korelasi Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumen .....	96
b. Analisis Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumen .....	97
c. Uji Hipotesis	
1) Uji t (Parsial) .....	98
2) Uji f (Simultan) .....	99
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
a. Kesimpulan .....	101
b. Saran .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar perusahaan yang memproduksi pasta gigi di Indonesia pada tahun 2013 .....	4
Tabel 3.2	Variabel definisi operasional .....	39
Tabel 4.3	Kronologi profil perusahaan .....	47
Tabel 4.4	Profil responden berdasarkan jenis kelamin .....	53
Tabel 4.5	Profil responden berdasarkan usia .....	54
Tabel 4.6	Profil responden berdasarkan pekerjaan .....	55
Tabel 4.7	Profil responden berdasarkan tingkat pendidikan .....	56
Tabel 4.8	Profil responden berdasarkan pengeluaran perbulan ....	57
Tabel 4.9	Pepsodent mampu menjaga dan memutihkan gigi .....	58
Tabel 4.10	Pepsodent dapat mencegah gigi berlubang .....	59
Tabel 4.11	Pepsodent mengandung bahan berflorida .....	60
Tabel 4.12	Pepsodent memiliki banyak variasi rasa .....	61
Tabel 4.13	Pepsodent adalah pasta gigi yang HALAL .....	62
Tabel 4.14	Pepsodent dapat membersihkan gigi dari kuman .....	63
Tabel 4.15	Pepsodent mengandung bahan yang aman digunakan ...	64
Tabel 4.16	Isi Volume Pepsodent sesuai dengan yang dicantumkan ..	65
Tabel 4.17	Pepsodent adalah pasat gigi yang terjaga kualitasnya .....	66

Tabel 4.18	Pepsodent memiliki ke3masan yang kuat .....	67
Tabel 4.19	Pepsodent memiliki desain yang menarik .....	68
Tabel 4.20	Pepsodent memilki tekstur yang menarik .....	69
Tabel 4.21	Pepsodent memiliki harga yang terjangkau .....	70
Tabel 4.22	Pepsodent memiliki brand image yang baik .....	71
Tabel 4.23	Pepsodent memiliki hotline service yang mudah diingat ..	72
Tabel 4.24	Pepsodent mencantumkan alamat website pada kemasan ..	73
Tabel 4.23	Bagaimana sikap anda terhadap pepsodent yang mampu menjaga dan memutihkan gigi .....	74
Tabel 4.26	Bagaimana sikap anda terhadap Pepsodent yang dapat mencegah gigi berlubang .....	75
Tabel 4.27	Bagaimana sikap anda terhadap Pepsodent mengandung bahan bahan berflorida .....	76
Tabel 4.28	Bagaimana sikap anda terhadap Pepsodent memiliki banyak variasi rasa .....	77
Tabel 4.29	Bagaimana sikap anda terhadap pepsodent pasta gigi yang HALAL .....	78
Tabel 4.30	Bagaimana sikap anda terhadap Pepsodent yang dapat membersihkan gigi dari kuman .....	79

Tabel 4.31	Bagaimana sikap anda terhadap Pepsodent yang mengandung bahan yang aman digunakan .....	80
Tabel 4.32	Bagaimana sikap anda terhadap isi volume Pepsodent yang Sesuia yang dicantumkan .....	81
Tabel 4.33	Bagaimana sikap anda terhadap Pepsodent memiliki kualitas produk yang baik .....	82
Tabel 4.34	Bagaimana sikap anda terhadap kemasan Pepsodent yang kuat .....	83
Tabel 4.35	Bagaimana sikap anda terhadap Pepsodent memiliki desain yang menarik .....	84
Tabel 4.36	Bagaimana sikap anda terhadap Pepsodent memiliki tekstur yang menarik .....	85
Tabel 4.37	Bagaimana sikap anda terhadap harga Pepsodent yang terjangkau .....	86
Tabel 4.38	Bagaimana sikap anda terhadap Pepsodent yang mudah ditemukan .....	87
Tabel 4.39	Bagaimana sikap percaya diri anda setelah menggunakan pastagigi Pepsodent .....	88
Tabel 4.40	Bagaimana sikap bangga anda setelah menggunakan	

	Pasta gigi Pepsodent .....	89
Tabel 4.41	Uji validitas kualitas produk .....	90
Tabel 4.42	Uji validitas perilaku konsumen .....	91
Tabel 4.43	Uji reliabilitas kualitas produk .....	92
Tabel 4.44	Uji reliabilitas perilaku konsumen .....	93
Tabel 4.45	Hasil analisa korelasi sederhana .....	94
Tabel 4.46	Hasil analisis regresi kualitas produk terhadap perilaku Konsumen .....	95
Tabel 4.47	Uji t (Parsial).....	96
Tabel 4.48	Uji f (Simultan) .....	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	33
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Perusahaan .....	50



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Produk yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah pasta gigi. Pertimbangan pemilihan produk ini adalah mengajak para konsumen untuk menjaga kebersihan gigi karena kebersihan gigi itu sangat penting bagi kehidupan manusia, maka pasta gigi merupakan salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi masing-masing orang.

Di industri pasta gigi ini memunculkan beberapa isu strategik tentang bagaimana perusahaan menarik perhatian pelanggan pada merek produk yang dihasilkan, bagaimana membuat pelanggan menerima dan terus menggunakan merek produk yang dihasilkan, dan bagaimana perusahaan dapat menciptakan pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Sebagai akibat dari hal tersebut adalah dari tahun ke tahun produk pasta gigi semakin bervariasi baik dari sisi komposisi, kemasan, hingga harganya.

Konsumen dihadapkan pada banyak pilihan merek produk pasta gigi dan kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek produk pasta gigi ke merek lain semakin besar, khususnya bagi mereka yang berorientasi pada harga dan menyukai hal-hal baru. Gencarnya promosi lewat iklan semakin memotivasi konsumen untuk mencoba merek baru. Di sisi lain produk pasta gigi ini merupakan produk yang dibutuhkan oleh setiap orang sehingga banyak sekali

pesaing-pesaing baru bermunculan yang dapat memanfaatkan kesempatan ini. Hal ini membahayakan perusahaan pasta gigi yang termasuk rentan terhadap perpindahan merek jika perusahaan yang bersangkutan tidak segera merespon sesuatu yang telah terjadi.

Tersedianya suatu produk dengan beragam pilihan dari sejumlah perusahaan penyediaannya akan menciptakan persaingan antara perusahaan penyedia dipasaran. Menyikapi hal tersebut, perusahaan dituntut memberikan produk yang benar-benar memenuhi semua kebutuhan dan selera konsumen. Hal ini dilakukan agar perusahaan penyediaan suatu produk mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan lainnya. Produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, akan tetapi sesuatu yang tidak berwujud. Semua diperuntukkan bagi memuaskan kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

Dalam memilih produk, konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor dari luar produk. Sehingga menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk antara lain faktor budaya dimana faktor tersebut sebagai penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Faktor sosial dapat mempengaruhi seperti keluarga dan orang-orang terdekat konsumen. Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi meliputi usia dan tahap siklus hidup (meliputi pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, nilai, dan gaya hidup pembeli).

Pepsodent adalah pasta gigi yang paling terkenal dan tertua di Indonesia, sejak awal keberadaannya selalu memberikan lebih dari sekedar kemanjuran dasar. Pepsodent adalah pasta gigi pertama di Indonesia yang kembali meluncurkan pasta

gigi berflorida pada tahun 1980-an dan satu-satunya pasta gigi di Indonesia yang secara aktif mendidik dan mempromosikan kebiasaan menyikat gigi secara benar melalui program sekolah dan layanan pemeriksaan gigi gratis. Sejak itu Pepsodent telah melengkapi jajaran produknya mulai dari pembersihan dasar hingga pasta gigi dengan manfaat lengkap.

Pepsodent telah menjadi *market leader* dan menguasai pangsa pasar untuk produk pasta gigi. Saat ini produk Pepsodent memiliki bermacam – macam varian yaitu klasik, herbal, *whitening*, *complete care* dan anak – anak. Selama brand mix-nya kuat akses ke konsumen menjadi makin mudah. banyak masyarakat Indonesia yang belum mengerti cara menyikat gigi dengan benar. Di situlah Pepsodent menangkap peluang untuk menyosialisasi sekaligus memberi pengetahuan mengenai kesehatan gigi. Tujuannya, meningkatkan kesehatan gigi dan mulut bangsa Indonesia.

Pada tahun 2006, Pepsodent telah meluncurkan dan meluncurkan kembali varian lengkap Pepsodent Barunya:

1. Pepsodent *Complete* 12, yang menawarkan manfaat yang lengkap dengan harga terjangkau. Menawarkan manfaat yang lebih banyak kepada para konsumennya sebagai bagian dari upayanya untuk mencapai misinya.
2. Pepsodent *Sensitive*, yang menawarkan bahan aktif yang menembus gigi untuk membebaskan rasa sakit akibat syaraf yang sensitif di dalam gigi dan gusi.
3. Pepsodent *Fighter Toothbrush*.

Dengan semua inovasi baru ini, Pepsodent mencakup seluruh jangkauan perawatan kesehatan mulut para konsumennya.

Berikut ini daftar 5 perusahaan di Indonesia yang memproduksi pasta gigi diantaranya sebagai berikut :

Tabel 1.1  
Daftar perusahaan yang memproduksi pasta gigi di Indonesia tahun 2013

No	Nama	Perusahaan
1	Pepsodent	PT Unilever. Tbk
2	Close Up	PT Unilever Tbk
3	Formula	Orang Tua Group
4	Lion	PT Lion Wings
5	Ciptadent	PT Lion Wings

Sumber : [www.Superbrand.com](http://www.Superbrand.com)

Dengan menyadari adanya informasi dan data yang ada, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk memilih produk pasta gigi sebagai objek penelitian, dengan maksud untuk mengetahui seperti apa pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian deskriptif (dimana penulis tidak membandingkan antara variabel satu

dengan variabel lainnya) maka penulis menulisnya dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi dengan judul : **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PASTA GIGI PEPSODENT (Studi kasus di Rt 008/012 Jl. Buaran 1 Duren Sawit, Jakarta Timur)”**.

### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah, sebagai berikut : Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen pasta gigi pepsodent di Rt 008/012 Jl. Buaran 1 Duren Sawit, Jakarta Timur?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap perilaku konsumen pasta gigi pepsodent di Rt 008/012 Jl. Buaran 1 Duren Sawit, Jakarta Timur.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penulis dapat melakukan perbandingan antara teori yang telah didapat selama ini, khususnya dalam bidang manajemen dengan kenyataan yang terjadi di suatu perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat menggunakan penelitian yang dilakukan oleh penulis sebagai dasar untuk melakukan kaji ulang mengenai kualitas produknya dan harga terhadap perilaku konsumen.

