

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Motor Yamaha Nmax di Kota Semarang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna pembuatan Skripsi dan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang



Nama Mahasiswa : Surya Hadi Wibawa
NIM : (17.05.71.0007)
Progam Studi : S-1 Manajemen

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK
SEMARANG**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun di setujui untuk mengikuti ujian pendaftaran skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi pada pelanggan motor Yamaha Nmax di Kota Semarang)

Disusun oleh :

Nama : Surya Hadi Wibawa

NIM : 17.05.71.0007

Progam Studi : S-1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS STIKUBANK

SEMARANG

Semarang, 5 Agustus 2020

Dosen Pembimbing



(Dr. Euis Soliha, S.E.,M.Si)

NIDN. 0027037101

HALAMAN PENGESAHAN



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK. DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi pada pelanggan motor Yamaha Nmax di Kota Semarang)

Disusun oleh :


Nama : Surya Hadi Wibawa

NIM : 17.05.71.0007

Progam Studi : S-1 Manajemen

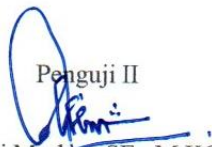
Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan penguji Pendarasan Skripsi dan Skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal : 5 Agustus 2020

SUSUNAN DEWAN PENGUJI


Penguji I

(Dr. Euis Soliha, S.E.,M.Si)

NIDN. 0027037101


Penguji II

(Ali Maskur, SE., M.KOM)

NIDN. 0618076401


Penguji III

(Sri Sudarst, SE., M.SI)

NIDN. 0616096301



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

(Dr. Euis Soliha, S.E.,M.Si)

NIDN. 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI



PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi pada pelanggan motor Yamaha Nmax di Kota Semarang)

Disusun oleh :

Nama : Surya Hadi Wibawa

NIM : 17.05.71.0007

Program Studi : S-1 Manajemen

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam serangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 5 Agustus 2020

Surya Hadi Wibawa

MOTTO

“Dengan mengingat Tuhan, hati menjadi tenang. Dalam setiap aktifitas kita, maka akan bernilai ibadah”

“Nikmatilah hidup selama masih memilikinya dan terus belajar untuk bersyukur dengan keadaan”

“Kegagalan adalah bumbu kehidupan, kegagalan menjadikan kita sebagai manusia tangguh”

“Jangan pernah takut gagal, dibalik kegagalan ada hikmah dan pelajaran berharga yang didapat”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya Bapak Dwiyono dan Ibu Lilis, terima kasih atas segala dukunan baik moril maupun materil, berkat doa bapak dan ibu saya bisa sampai pada posisi sekarang ini. Saya bersyukur memiliki beliau.
2. Teman – teman senasib dan seperjuangan dalam menuntut ilmu.
3. Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Unisbank Semarang.
4. Bapak ibu segenap dosen dan staff Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
5. Teman terbaikku Yang, Vania Florentina Santoso yang telah mengajarkan saya untuk belajar berbagai hal yang berharga.

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan hal yang menarik, yang utama ketika saat pelanggan merasa harga diri bertambah dan bangga dengan produk yang mereka gunakan. Harga diri yang meningkat memiliki efek konsumen senang dan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk itu lagi. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi yaitu dari segi kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional pelanggan, citra produk, iklan, persepsi tentang harga, kemudahan, promosi produk, pengalaman tentang pribadi, iklan, rekomendasi orang lain dan masih banyak lainnya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis serta mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan studi konsumen motor Yamaha Nmax di Kota Semarang.

Populasi dalam penelitian ini merupakan pengguna motor Yamaha Nmax di Semarang. Tepatnya kepada komunitas pengendara sepeda motor Nmax. Sampel di penelitian ini sejumlah seratus orang. Untuk teknik pengambilan sampel digunakan *non probability sampling*. Terdapat satu ketentuan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan motor Yamaha Nmax di Kota Semarang. Peralatan untuk analisis yang perlu dipakai yaitu uji reliabilitas, uji validitas, regresi linear berganda.

Dari hasil perhitungan analisis ini, bisa diketahui bahwa : kualitas produk punya pengaruh signifikan kepada kepuasan konsumen. Untuk citra merek tidak memiliki pengaruh signifikan kepada kepuasan konsumen, sedangkan untuk persepsi harga punya pengaruh kepada kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Consumer satisfaction is an interesting thing, the main thing when the customer feels self-esteem increases and proud of the products they use. Increased self-esteem has a happy consumer effect and will encourage consumers to make repeat purchases of that product again. There are several factors that can affect, namely in terms of service quality, product quality, customer emotional, product image, advertising, perceptions about prices, convenience, product promotion, personal experiences, advertisements, recommendations of others and many others. The purpose of this study is to analyze and determine the effect of product quality, brand image, and price perception on customer satisfaction studies of Yamaha Nmax consumers in Semarang.

The population in this study were Yamaha Nmax motorcycle users in Semarang. Precisely to the Nmax motorcycle rider community. The sample in this study was a hundred people. For sampling technique used non probability sampling. There is one sample requirement in this study is customers who use Yamaha Nmax motorcycles in the city of Semarang. Tools for analysis that need to be used are reliability test, validity test, multiple linear regression.

From the results of the calculation of this analysis, it can be seen that: product quality has a significant influence on customer satisfaction. For brand image does not have a significant effect on customer satisfaction, while for price perception has an influence on consumer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price Perception, and Consumer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan motor Yamaha Nmax di Kota Semarang).

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen program Strata (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar – besarnya pada :

1. Bapak Dr. Safik Faozi, S.H., M.Hum. selaku Rektor Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
2. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang telah membimbing kesempatan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Sri Sudarsi, S.E.,M.Si. selaku kepala Program Studi S.1 Manajemen.
4. Bapak Dwiyono dan Ibu Lilis selaku orang tua atas doa-doanya, kasih sayang, pengorbanan, kesabaran, serta perhatiannya.
5. Semua teman teman seperjuangan yang membantu skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan kesejahteraan, kebahagiaan, dan rahmat yang melimpah, serta menunjukkan yang terbaik dan membalas kebaikan yang telah diberikan dengan kebaikan pula. Dengan segala kerendahan hati semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi pembaca dan pihak – pihak yang berkepentingan.

Semarang, 5 Agustus 2020

Penulis

Surya Hadi Wibawa

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KAJIAN EMPIRIS, DAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10

2.1.1	Kualitas Produk.....	10
2.1.2	Citra Merek.....	13
2.1.3	Persepsi Harga.....	16
2.1.4	Kepuasan Konsumen.....	17
2.2	Penelitian Empiris / Terdahulu.....	18
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3.1	Hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.....	24
2.3.2	Hubungan citra merek dengan kepuasan pelanggan.....	25
2.3.3	Hubungan Persepsi Harga dengan kepuasan pelanggan.....	26
2.4	Model Empirik Penelitian.....	27
2.5	Model Matematis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Objek Penelitian.....	28
3.2	Populasi Sampel.....	28
3.2.1	Populasi.....	28
3.2.2	Sampel.....	28
3.3	Sumber Data.....	29
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5	Definisi Konsep Dan Pengukuran Variabel.....	30
3.5.1	Definisi Konsep.....	30
3.5.2	Variabel Penelitian.....	34

3.6 Uji Instrument Penelitian	35
3.7 Analisis Regresi	36
3.8 Uji Model.....	36
3.9 Uji Hipotesis (Uji t)	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Deskripsi Responden	38
4.2 Deskripsi Variabel	40
4.3 Uji Instrument	44
4.4 Analisis Data.....	46
4.5 Uji Model.....	48
4.6 Pembahasan	49
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI	53
5.1 Kesimpulan Penelitian	53
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	53
5.3 Implikasi Penelitian	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Definisi Konsep Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	31
Tabel 4.1 Rekap hasil kuisisioner	38
Tabel 4.2 Deskripsi Responden.....	39
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk.....	41
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	42
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga.....	43
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Merek Motor Terlaris 2019.....	2
Gambar 1.2 Data Penjualan Motor Matic Kelas Premium Januari – Mei 2018	4
Gambar 2.1 Model Penelitian	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	58
Lampiran 2 Identitas Responden.....	63
Lampiran 3 Data Kuisisioner	66
Lampiran 4 Hasil Analisis Deskripsi Responden	78
Lampiran 5 Hasil Analisis Deskripsi Variabel	80
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	87
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	93
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi	99