

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

(Studi pada Konsumen Sepeda Motor Matic Honda Vario di Kota Semarang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat
Guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank Semarang



Oleh :

Nama : Nela Putri Imawati

NIM : 16.05.51.0149

Program Studi : S.1 Manajemen

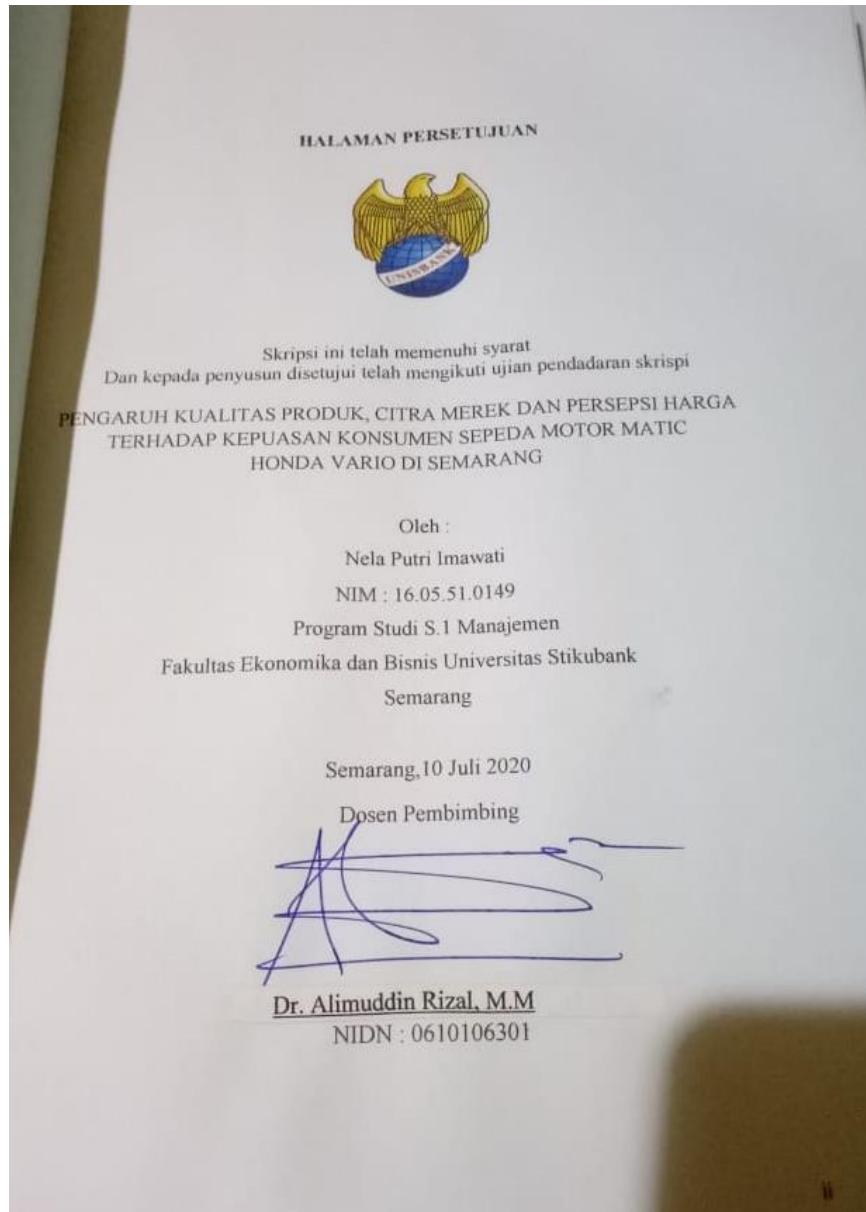
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS STIKUBANK

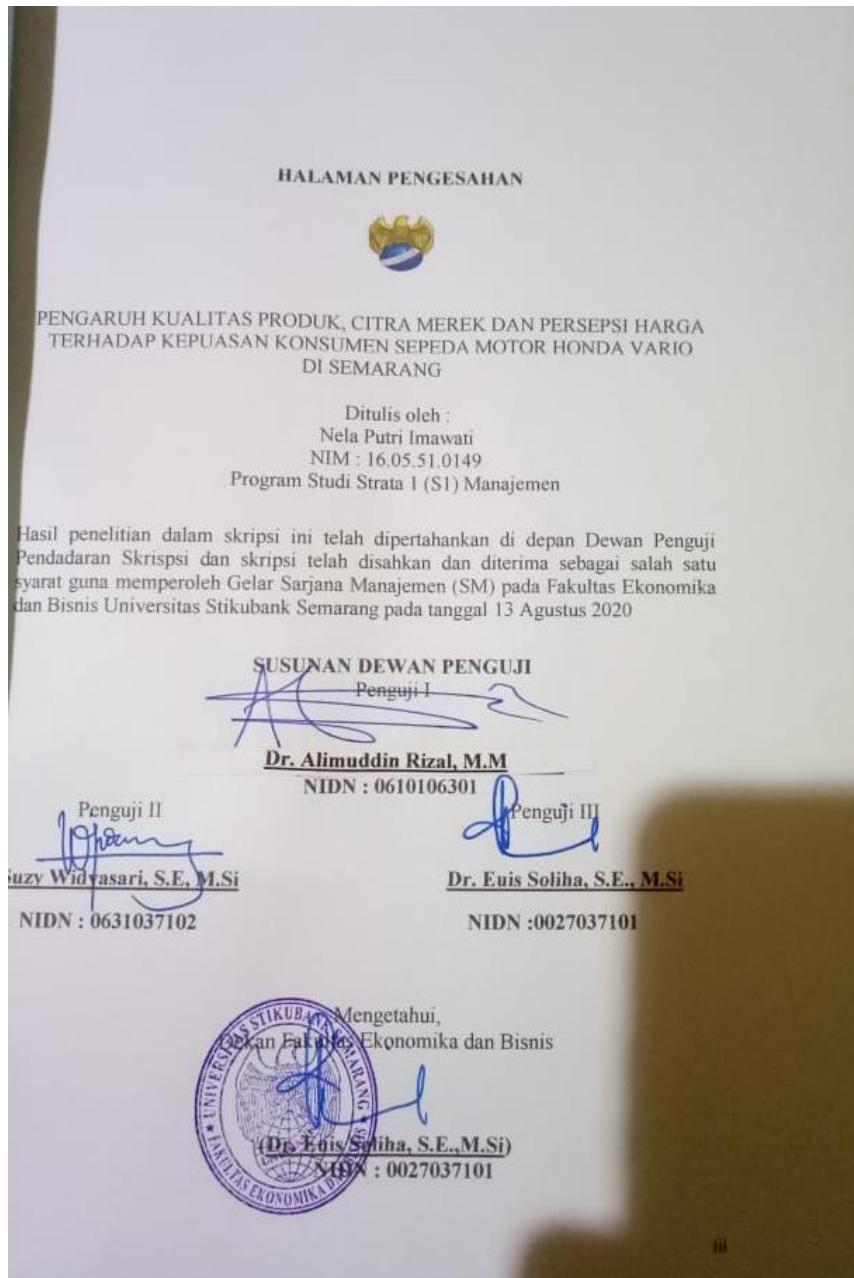
SEMARANG

2020

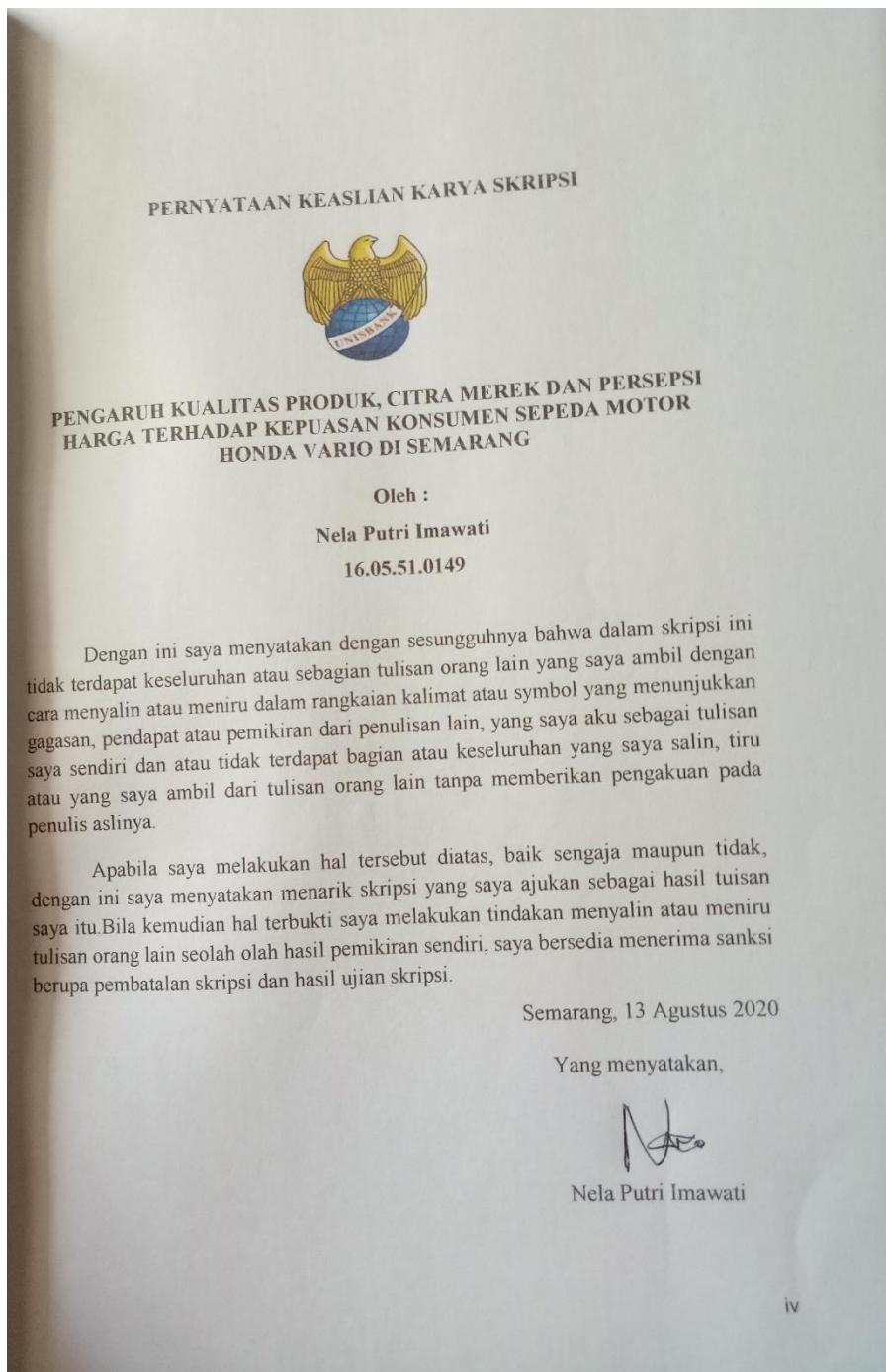
HALAMAN PERSETUJUAN



HALAMAN PENGESAHAN



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI



MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan maka pasti akan ada kemudahan. Dan jika engkau telah selesai menyelesaikan (urusanmu), tetaplah terus berusaha dan bekerja keras untuk (urusan yang lain)”

(QS 94: 6-7)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini dipersembahkan kepada :

1. Bapak Arif Heriyanto dan Almh. Hj. Sutimah selaku orang tua saya yang senantiasa memberi semangat, doa dan asupan dana untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Adek Kandung saya yang mau saya repotkan dalam membantu saya dalam skripsi ini.
3. Calon Suami saya Dedy Saputra yang selalu memberikan semangat, perhatian, doa dan motivasi untuk saya.
4. Dosen Pembimbing saya Bapak Alimuddin Rizal yang selalu sabar membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Tim Putri Muslimah, Putri ,Hanifa, Adel dan khusunya Monita yang selalu sabar dan mau sealu membantu saya dalam menyelesaikan skripsi saya.
6. Semua orang yang saya sayangi terimakasih atau doa dan semangatnya.
7. Teman-teman UNISBANK yang selalu memberikan nasehat dan semangatnya.
8. Almamater Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

(Nela Putri Imawati)

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario di Semarang

Nela Putri Imawati

16.05.51.0149

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelaanggan pengguna sepeda motor Honda Vario di Semarang.. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek , dan persepsi harga. Variabel dependen dalam penelitiian ini adalah kepuasan pelanggan. Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda motor Honda Vario di Semarang. Metode pengambilan sampel ini dilakukan dengan cara metode pengambilan sampel yaitu *Purposive Sampling* yaitu dengan menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel ini berjumlah 100 responden. Untuk memperoleh data responden dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner terhadap pengguna sepeda motor Honda Vario secara langsung, lalu data dianalisis mnenggunakan uji instrument, uji model dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: **Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen**

ABSTRACT

Effect of Product Quality, Brand Image and Price Perception on Customer Satisfaction of Users of Honda Vario Motorcycles in Semarang

Nela Putri Imawati

16.05.51.0149

This study aims to determine and analyze the effect of product quality, brand image, and price perception on the satisfaction of customers of Honda Vario motorbikes in Semarang. The independent variables in this study are product quality, brand image, and price perception. The dependent variable in this study is customer satisfaction. The population in this study is Honda Vario motorcycle users in Semarang. This sampling method is carried out by means of a sampling method that is Purposive Sampling using a questionnaire. This sample is 100 respondents. To obtain respondent data, the questionnaire was distributed to Honda Vario motorbike users directly, then the data were analyzed using test instruments, test models and test hypotheses. The results of this study indicate that product quality, brand image, and price perception have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price Perception, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah S.W.T yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya, serta nikmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul “*Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario di Semarang*”skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mencapai Gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, tidak lupa dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat doa dan bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu rasa terima kasih diucapkan sebesar- besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Alimuddin Rizal Rivai, S.E., M.M selaku dosen pembimbing dan penguji 1 (satu) yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing saya serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Safik Faozi, SH., M.Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
3. Ibu Dr. Euis Soliha, SE. M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

4. Ibu Sri Sudarsi, S.E, MSi selaku Ketua Program Studi Manajemen
Unisversitas Stikubank Semarang.

5. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si selaku dosen Pengaji 2 yang sudah membantu
memberikan kritik dan saran terhadap revisi skripsi saya.

6. Ibu Suzy Widayasi, S.E, M.Si selaku dosen Pengaji 3 yang sudah membantu
memberikan kritik dan saran terhadap revisi skripsi saya.

7. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu serta membagikan
pengalaman , sehingga ilmu yang diperoleh mudah- mudahan dapat penulis
gunakan dan amalkan dengan sebaik- baiknya.

8. Bapak, Almh. Ibu, Adek, Mas Dedy yang telah memberikan cinta, kasih
sayang, perhatian, dukungan, doa dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

9. Teman- teman dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam
menyelesaikan karya tulis ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT selalu melimpah kan rahmat dan hidayahNya kepada
kita serta memberikan balasan kepada pihak-pihak yang telah bersedia membantu
penulis menyelesaikan skripsi ini.

Semarang, 10 Juli 2020

Penyusun



Nela Putri Imawati

x

x

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	12
2.1.1.1 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	13
2.1.1.2 Indikator Kepuasan Konsumen	14
2.1.2 Kualitas Produk	16
2.1.2.1 Klasifikasi Produk	17
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk	20
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	21
2.1.3 Citra Merek	22
2.1.3.1 Komponen Citra Merek	23
2.1.3.2 Dimensi Citra Merek	25
2.1.3.3 Indikator Citra Merek	25
2.1.4 Persepsi Harga	26
2.1.4.1 Teknik Penetapan Harga	27
2.1.4.2 Dimensi Persepsi Harga	28
2.1.4.3 Indikator Persepsi Harga	29
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Pengembangan Hipotesis	41

2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	41
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	41
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	42
2.7 Model Penelitian	43
2.7.1 Model Grafis	43
2.7.2 Model Matematis	44

BAB III METODE DAN RANCANGAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian	45
3.2 Populasi dan Pengambilan Sampel	45
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	45
3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data	47
3.3.1 Jenis Data	47
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	47
3.4 Definisi Konsep, Operasional dan Pengukuran Variabel	48
3.4.1 Kepuasan Konsumen	48

3.4.2 Kualitas Produk	49
3.4.3 Citra Merek	50
3.4.4 Persepsi Harga	50
3.5 Variabel Penelitian	54
3.5.1 Jenis Variabel	54
3.6 Uji Instrumen Penelitian	54
3.6.1 Uji Validitas.....	54
3.6.2 Uji Reliabilitas	55
3.7 Analisis Data	55
3.7.1 Regresi Linear Berganda	55
3.7.2 Uji F	56
3.7.3 Koefisien Determinasi	57
3.8 Pengujian Hipotesis	57
3.8.1 Uji Hipotesis	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden	59
-------------------------------	----

4.2 Deskripsi Variabel	62
4.3 Uji Instrumen	66
4.3.1 Uji Validitas	66
4.3.2 Uji Reliabilitas	68
4.4 Analisis Regresi Berganda	69
4.5 Uji Model dan Hipotesis	70
4.5.1. Uji F	70
4.5.2 Koefisien Determinasi	71
4.5.3 Uji Hipotesis (Uji t)	72
4.6 Pembahasan	73
4.6.1 Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen	73
4.6.2 Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen	73
4.6.3 Persepsi Harga berpengaruh positif signfikan terhadap Kepuasan Konsumen	74

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan	76
5.2 Keterbatasan Penelitian	76
5.3 Implikasi Penelitian	77
5.4 Rekomendasi	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79

DAFTAR TABEL

1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Tahun 2017-2018	2
1.2 Data TopBrandIndex Produk Otomotif Kategori Sepeda Motor Matic Tahun 2016 – 2018	7
2.2 Penelitian Terdahulu	30
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	52
4.1 Data Responden.....	59
4.2 Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen	62
4.3 Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	63
4.4 Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	64
4.5 Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga	65
4.6 Hasil Uji Validitas.....	67
4.7 Hasil Uji Reliabilitas	68
4.8 Hasil Analisis Regresi	69
4.9 Hasil Uji F	71

DAFTAR GAMBAR

2.2 Model Grafis Hubungan antar Variabel	43
--	----