

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN
DAMPAKNYA PADA NIAT KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK
IKAN SARDEN KALENG HEINZ ABC INDONESIA**

SKRIPSI

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



Oleh:

Nama : Marga Sariastia Putri
NIM : 18.05.51.5001
Program Studi : S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK
SEMARANG
2021**

PERNYATAAN KESIAPAN UJIAN AKHIR

Saya MARGA SARIASTIA PUTRI, dengan ini menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA NIAT KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK IKAN SARDEN KALENG HEINZ ABC INDONESIA

adalah benar hasil karya saya dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah sebagian atau seluruhnya atau pihak lain.

MARGA SARIASTIA PUTRI
18.05.51.5001

Disetujui Oleh Pembimbing
Kami setuju laporan tersebut diajukan untuk Ujian Tugas Akhir
Semarang, 02 Agustus 2021

Dr. ALIMUDDIN RIZAL, S.E., M.M.
Pembimbing



Dokumen ini diterbitkan secara elektronik.
Disertai QRCode untuk validasi.

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA NIAT KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG PRODUK IKAN SARDEN KALENG HEINZ ABC INDONESIA**

Ditulis oleh
NIM : **18.05.51.5001**
Nama : **MARGA SARIASTIA PUTRI**

Telah dipertahankan di depan Tim Dosen Penguji Tugas Akhir dan diterima sebagai salah satu syarat
guna menyelesaikan Jenjang Program S1 Program Studi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.

Semarang, 02-09-2021
Ketua



(ALIMUDDIN RIZAL, Dr., M.M.)
NIDN. 0610106301

Sekretaris



(Prof. Dr. M.S. ERIC SANTOSO, MBA)
NIDN. 0008105210

Anggota



(EUIS SOLIHA, Dr., S.E., M.Si)
NIDN. 0027037101

Mengetahui,
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Dekan



(EUIS SOLIHA, Dr., S.E., M.Si)
NIDN. 0027037101



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Digisign Unisbank. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://digisign.unisbank.ac.id>

1/1

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA NIAT KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK IKAN SARDEN KALENG HEINZ ABC INDONESIA

yang telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 19-08-2021, adalah benar hasil karya saya dan dalam TUGAS AKHIR /SKRIPSI ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku 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 menyatakan menarik TUGAS AKHIR / SKRIPSI yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri.

Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang batal saya terima.

Semarang, 19-08-2021

Yang Menyatakan



(MARGA SARIASTIA PUTRI)

NIM. 18.05.51.5001

SAKSI 1
Tim Penguji



(ALIMUDDIN RIZAL, Dr., M.M.)

SAKSI 2
Tim Penguji



(Prof. Dr. M.S. ERIC SANTOSO, MBA)

SAKSI 3
Tim Penguji



(EUIS SOLIHA, Dr., S.E., M.Si)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk ayah tercinta yang sekarang berada di tempat yang lebih baik, bunda, kakak dan kembaran saya yang selalu memberikan semangat, dorongan, serta doa yang tak henti-hentinya untuk saya, juga untuk sahabat saya yang selalu mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini, serta Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Tanpa mereka, saya tak sanggup menyelesaikan studi ini. Terimakasih untuk semuanya.

Marga Sariastia Putri

MOTTO:

“La Tahzan, Innallaha Ma’ana, Janganlah engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita” – QS At-Taubat ayat 40

“I want to thank me for believing in me, I want to thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always been a giver and trying to give more than I receive. I want to thank me for trying to do more right than wrong. I want to thank me for just being me at all times.” – Snoop Dogg

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada niat keputusan pembelian ulang produk ikan sarden kaleng Heinz ABC Indonesia. Pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner yang didistribusikan melalui google form. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang responden. Pengaruh antar variabel diuji menggunakan metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini adalah persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap harga. Sedangkan citra merek dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat keputusan pembelian ulang. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan lebih dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk. Sedangkan niat keputusan pembelian ulang terbukti dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Niat Keputusan Pembelian Ulang

ABSTRACT

This research was conducted to analyze the effect of product quality, brand image, and price perceived pricing on customer satisfaction and purchasing decisions of Heinz ABC Indonesia canned sardines. Data collection was carried out through questionnaires distributed via google form. The number of samples used were 100 respondents. The influence between variables tested using multiple regression analysis method. The result of this research is the perceived pricing has no effect on customer satisfaction. So, it can be interpreted that customer satisfaction is not influenced by their perception of price. Meanwhile, brand image and product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction, and customer satisfaction has a positive and significant effect on intention of repurchasing. Therefore, customer satisfaction is more influenced by brand image and product quality. While the intention of repurchasing is determined by customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Perceived Pricing, Customer Satisfaction, Intention to Repurchasing

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul: “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Niat Keputusan Pembelian Ulang Produk Ikan Sarden Kaleng Heinz ABC Indonesia*”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan:

1. Ibu, Kakak dan kembaran yang saya cintai yang selalu memberi dorongan, doa, dan kasih sayang.
2. Bapak Dr. Safik Faozi, S.H., M.Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
3. Ibu Dr. Euis Soliha S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang merangkap dosen penguji III.
4. Ibu Sri Sudarsi, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Stikubank Semarang.
5. Bapak Dr. Alimuddin Rizal, M.M selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Prof. Dr. M. Surkamta Eric Santosa, MBA selaku dosen penguji II.
7. Kepada para responden yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membantu dalam mengisi kuesioner saya.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan ilmu tanpa batas.

9. Teman-teman kantor PT. Mekar Jaya Sentosa Multikarya Semarang, serta teman-teman satu bimbingan skripsi.
10. Semua teman-teman Manajemen angkatan 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini, untuk itu penulis mengharapkan saran dan masukan untuk perbaikan agar skripsi ini dapat selesai dengan maksimal. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Semarang, Juli 2021

Penyusun



Marga Sariastia Putri

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| ABSTRAK | vii |
| <i>ABSTRACT</i> | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 9 |
| BAB II KAJIAN TEORI, KAJIAN EMPIRIS DAN PENGEMBANGAN | |
| HIPOTESIS | 10 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 10 |
| 2.1.1 Kualitas Produk | 10 |
| 2.1.2 Citra Merek | 15 |
| 2.1.2.1 Dimensi <i>Brand Image</i> | 15 |
| 2.1.3 Persepsi Harga..... | 21 |
| 2.1.4 Kepuasan Pelanggan | 24 |
| 2.1.5 Niat Keputusan Pembelian Ulang | 27 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2 Penelitian Terdahulu/Sebelumnya | 30 |
| 2.3 Perumusan Hipotesis | 33 |
| 2.3.1 Hubungan Antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .. | 33 |
| 2.3.2 Hubungan Antara Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan | 34 |
| 2.3.3 Hubungan Antara Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.... | 34 |
| 2.3.4 Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Keputusan Pembelian Ulang | 35 |
| 2.4 Model Penelitian | 35 |
| 2.4.1 Model Grafis | 37 |
| 2.4.2 Model Matematis..... | 39 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 41 |
| 3.1 Populasi dan Sampel..... | 41 |
| 3.1.1 Populasi | 41 |
| 3.1.2 Sampel | 41 |
| 3.2 Jenis dan Teknik Pengambilan Data..... | 42 |
| 3.2.1 Jenis Data..... | 42 |
| 3.2.2 Teknik Pengambilan Data..... | 43 |
| 3.3 Definisi Konsep, Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel | 43 |
| 3.4 Rencana Analisis | 45 |
| 3.4.1 Analisis Deskriptif..... | 45 |
| 3.4.1.1 Deskripsi Responden | 46 |
| 3.4.1.2 Deskripsi Variabel | 46 |
| 3.4.2 Uji Instrumen..... | 47 |
| 3.4.2.1 Uji Validitas | 47 |
| 3.4.2.2 Uji Reliabilitas | 47 |
| 3.4.3 Analisis Regresi Berganda | 48 |
| 3.4.3.1 Uji Model | 49 |
| 3.4.3.2 Uji Hipotesis..... | 50 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 51 |

| | |
|--|-----------|
| 4.1 Deskripsi Responden | 51 |
| 4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 51 |
| 4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 52 |
| 4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan | 52 |
| 4.2 Deskripsi Variabel | 53 |
| 4.2.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk..... | 53 |
| 4.2.2 Deskripsi Variabel Citra Merek | 54 |
| 4.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga..... | 55 |
| 4.2.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan | 56 |
| 4.2.5 Deskripsi Variabel Niat Keputusan Pembelian Ulang | 57 |
| 4.3 Hasil Uji Instrumen..... | 58 |
| 4.3.1 Hasil Uji Validitas | 58 |
| 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas | 60 |
| 4.4 Analisis Data..... | 60 |
| 4.4.1 Analisis Regresi Berganda | 60 |
| 4.5 Hasil Uji Model | 60 |
| 4.5.1 Hasil Uji Statistik F..... | 60 |
| 4.5.2 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)..... | 61 |
| 4.6 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)..... | 62 |
| 4.7 Pembahasan | 64 |
| 4.7.1 Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan | 64 |
| 4.7.2 Citra Merek Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan | 65 |
| 4.7.3 Persepsi Harga Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan . | 66 |
| 4.7.4 Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Niat Keputusan Pembelian Ulang..... | 67 |
| BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI | 69 |
| 5.1 Kesimpulan | 69 |
| 5.2 Keterbatasan | 70 |
| 5.3 Implikasi | 71 |

| | |
|---|----|
| 5.3.1 Implikasi Teoritis | 71 |
| 5.4 Saran Dan Rekomendasi Penelitian..... | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA | 73 |
| LAMPIRAN | 79 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 1.1 | <i>Top Brand</i> di Indonesia Tahun 2016-2019 Kategori Produk Ikan Sarden Kaleng | 5 |
| Tabel 2.1 | <i>Review</i> Penelitian Terdahulu | 30 |
| Tabel 3.1 | Definisi Konsep, Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel | 44 |
| Tabel 4.1 | Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 51 |
| Tabel 4.2 | Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 52 |
| Tabel 4.3 | Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan | 52 |
| Tabel 4.4 | Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1) | 53 |
| Tabel 4.5 | Deskripsi Variabel Citra Merek (X2)..... | 54 |
| Tabel 4.6 | Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X3) | 55 |
| Tabel 4.7 | Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1)..... | 56 |
| Tabel 4.8 | Deskripsi Variabel Niat Keputusan Pembelian Ulang (Y2)..... | 57 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Validitas | 58 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Reliabilitas | 60 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Statistik F Model 1..... | 60 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji Statistik F Model 2..... | 61 |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model 1 | 61 |
| Tabel 4.14 | Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model 2 | 62 |
| Tabel 4.15 | Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Model 1 | 62 |
| Tabel 4.16 | Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Model 2..... | 63 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|---|
| Gambar 1.1 Angka Konsumsi Ikan di Indonesia..... | 3 |
|--|---|

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|---------------|---|-----|
| Lampiran I | Kuesioner Penelitian | 79 |
| Lampiran II | Tabulasi Data | 86 |
| Lampiran III | Output Deskripsi Responden..... | 108 |
| Lampiran IV | Output Deskripsi Variabel..... | 111 |
| Lampiran V | Output Uji Validitas | 124 |
| Lampiran VI | Output Uji Reliabilitas | 134 |
| Lampiran VII | Output Uji Statistik F, Koefisien Determinasi (R^2) dan Uji Hipotesis (t)..... | 139 |
| Lampiran VIII | Catatan Konsultasi dan Bimbingan..... | 143 |
| Lampiran IX | Hasil Cek Turnitin..... | 14 |

