

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,  
PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN  
(Studi Pada Produk Minuman *Chatime* di Kota Semarang)**

**S K R I P S I**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Stikubank  
S e m a r a n g



Oleh:

**Nama** : Satria Revindo Ginting  
**NIM** : 17.05.51.0238  
**Program Studi** : S.1 Manajemen

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

## HALAMAN PERSETUJUAN



Manuskrip Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun  
disetujui untuk mengikuti ujian pendaran skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN  
(Studi Pada Produk Minuman *Chatime* di Kota Semarang)**

Oleh:

**Satria Revindo Ginting**

**NIM: 17.05.51.0238**

Program Studi S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Semarang

Semarang, Juli 2021

Dosen Pembimbing

**Suzy Widvasari, SE, M.Si**

**NIDN: 0631037102**

---

# HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUASAN (STUDI PADA PRODUK MINUMAN CHATIME DI KOTA  
SEMARANG)**

Ditulis oleh  
NIM : **17.05.51.0238**  
Nama : **SATRIA REVINDO GINTING**

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, 06-09-2021  
Ketua



(SUZY WIDYASARI, SE, M.Si)  
NIDN. 0631037102

Sekretaris



(R.A. MARLIEN, Dr. Dra., M.M)  
NIDN. 0622035701

Anggota



(BOGY FEBRIATMOKO, S.T., M.M.)  
NIDN. 0618028705

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



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



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

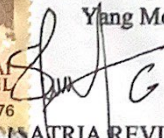
Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN (STUDI PADA PRODUK MINUMAN CHATIME DI KOTA SEMARANG)**

yang telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 24-08-2021, 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, 24-08-2021  
Yang Menyatakan  
  
(SATRIA REVINDO GINTING)  
NIM. 17.05.51.0238

SAKSI 1  
Tim Penguji



(SUZY WIDYASARI, SE, M.Si)

SAKSI 2  
Tim Penguji



(R.A. MARLIEN, Dr. Dra., M.M)

SAKSI 3  
Tim Penguji



(BOGY FEBRIATMOKO, S.T., M.M.)



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya ini kupersembahkan kepada Papa dan Mama tercinta yang telah menjadi orang tua yang sangat luar biasa dalam memberikan dukungan dan doa, lalu kepada kedua kakakku Kak Vina, Kak Rika dan semua keluarga yang senantiasa mendoakan. Serta kepada teman-teman yang selalu mendukung, menemani dan menolong seorang perantau yang tengah menempuh ilmu di Kota Semarang. Tanpa mereka semua karya ini tidak akan tercipta. Terimakasih.

## **MOTTO**

Terbentur, terbentur, terbentuk. Mencapai kesuksesan harus melewati proses.

Lakukan segalanya dengan sepenuh hati karena kalau tidak, lebih baik tidak sama sekali.

*Work Hard, Pray Hard, Istirahat.*

## ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen produk minuman *Chatime*. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen produk minuman *Chatime* di Kota Semarang. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner secara daring melalui *google form* terhadap 100 responden. Terdapat 4 hipotesis yang diuji dalam penelitian ini. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskripsi responden, deskripsi variabel, uji validitas, uji reliabilitas dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, persepsi harga dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

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

## **ABSTRACT**

*This study examines the effect of product quality, brand image, price perception and promotion on consumer satisfaction of Chatime beverage products. The sample in this study were consumers of Chatime beverage products in the city of Semarang. The sampling technique in this study used a purposive sampling technique. The method of data collection was carried out using an online questionnaire via google form to 100 respondents. There are 4 hypotheses tested in this study. The analytical method used in this study are the analysis of respondents' descriptions, variable descriptions, validity tests, reliability tests and multiple linear regression analysis. The results showed that brand image, price perception and promotion had a significant positive effect on consumer satisfaction. While product quality has no effect on consumer satisfaction.*

**Keywords: Product Quality, Brand Image, Price Perception, Promotion, Satisfaction.**



## **KATA PENGANTAR**

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, karunia dan bimbingannya yang senantiasa menyertai penulis dari awal sampai akhir proses penyusunan skripsi sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul: “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan (Studi Pada Produk Minuman Chatime di Kota Semarang)”. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Saofik Faozi, S.H, M.Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang
2. Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
3. Ibu Sri Sudarsi, S.E, M.Si selaku Ketua Program Studi S1-Manajemen Universitas Stikubank Semarang
4. Ibu Suzy Widyasari, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam setiap proses penyusunan skripsi
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Universitas Stikubank Semarang yang telah membantu dalam perkuliahan

6. Orang tua yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan penuh dalam segala proses perkuliahan
7. Elvina Ginting dan Rika Adelina Ginting sebagai kakak yang selalu memberikan dukungan dan doa
8. Rekan-rekan mahasiswa dan mahasiswi seperjuangan Program Studi S1- Manajemen Universitas Stikubank Semarang Angkatan 2017
9. Sahabat-sahabat Permata Semarang yang selalu mendukung, menemani dan mendoakan.
10. Yustika Shaniya yang selalu menemani dan mendukung.

Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Semarang, Juli 2021

Penulis

Satria Revindo Ginting

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Perumusan Masalah.....	9
1.3    Batasan Masalah.....	9
1.4    Tujuan Penelitian.....	10
1.5    Kegunaan/ Manfaat Penelitian .....	10
1.5.1    Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2    Manfaat Praktis.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS</b>	
<b>.....</b>	<b>12</b>
2.1    Tinjauan Pustaka .....	12
2.1.1    Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.2    Kualitas Produk .....	15
2.1.3    Citra Merek .....	17
2.1.4    Persepsi Harga .....	19
2.1.5    Promosi .....	20
2.2    Penelitian Empiris/ Terdahulu .....	24
2.3    Pengembangan Hipotesis .....	27
2.3.1    Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	27

2.3.2	Hubungan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen .....	28
2.3.3	Hubungan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen .....	29
2.3.4	Hubungan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen .....	30
2.4	Model Penelitian .....	31
2.4.1	Model Grafis .....	31
2.4.2	Model Matematis .....	32
<b>BAB III METODE DAN RANCANGAN DESAIN PENELITIAN .....</b>		<b>33</b>
3.1	Objek Penelitian .....	33
3.2	Populasi dan Pengambilan Sampel .....	33
3.2.1	Populasi.....	33
3.2.2	Sampel .....	33
3.3	Jenis dan Teknik Pengambilan Data .....	35
3.3.1	Jenis Data .....	35
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.4	Definisi Konsep, Operasional Variabel, dan Pengukuran Variabel .....	38
3.5	Uji Instrumen.....	42
3.5.1	Uji Validitas .....	42
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.6	Analisis Regresi Berganda (Multiple Regresion).....	43
3.7	Pengujian Model .....	44
3.7.1	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	45
3.7.2	Pengujian Secara Simultan (Uji F) .....	45
3.8	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN (ANALISIS DATA) DAN PEMBAHASAN</b>		<b>46</b>
4.1	Deskripsi Responden .....	46
4.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
4.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan .....	48
4.1.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Mengkonsumsi Chatime .....	49
4.1.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Alasan Mengkonsumsi Chatime .....	50

4.2	Deskripsi Statistik Variabel.....	51
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	63
4.3.1	Uji Validitas .....	63
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	64
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.5	Pengujian Model .....	67
4.5.1	Uji Kelayakan Model (Uji F).....	67
4.5.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67
4.6	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	68
4.7	Pembahasan .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI.....</b>		<b>75</b>
5.1.	Kesimpulan Penelitian.....	75
5.2.	Keterbatasan Penelitian .....	76
5.3.	Implikasi Penelitian .....	76
5.3.1	Implikasi Teoritis .....	77
5.3.2	Implikasi Manajerial.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Penjualan <i>Bubble</i> Tahun 2016-2020 .....	3
Tabel 2.1 Tabel Hasil Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.3 Tabel Penilaian Kuesioner .....	37
Tabel 3.4 Definisi Konsep, Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel .....	38
Tabel 3.5 Tingkat Keandalan Cronbach's Alpha .....	43
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Usia Responden .....	47
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden .....	47
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Rata-Rata Pendapatan Responden .....	48
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Lama Mengonsumsi Chatime .....	49
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Alasan Mengonsumsi Chatime .....	50
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	51
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Citra Merek .....	54
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Persepsi Harga .....	55
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Promosi .....	57
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen .....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Promosi dan Kepuasan Konsumen .....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	64
Tabel 4.13 Hasil Regresi Linier Berganda .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Intensitas Pembelian Chatime .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	31

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	85
Lampiran 2 Profil Responden .....	92
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden .....	103
Lampiran 4 Hasil Olah Data Deskripsi Responden .....	124
Lampiran 5 Hasil Olah Data Deskripsi Statistik Variabel .....	126
Lampiran 6 Hasil Olah Data Uji Instrumen .....	135
Lampiran 7 Hasil Olah Data Regresi Linier Berganda .....	152