

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YAMAHA N-MA X**

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

Semarang



Oleh :

Nama : Muhammad Saefuddin Ali

Nim : 16.05.51.0081

Program Studi : S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)**

S E M A R A N G

2020

HALAMAN PERSETUJUAN



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

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YAMAHA N-MAX

Oleh :

Muhammad Saefuddin Ali

NIM : 16.05.51.0081

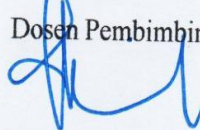
Program Studi S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Semarang

Semarang, 13 Januari 2020

Dosen Pembimbing



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

NIDN : 0027037101

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YAMAHA N-MAX

Ditulis oleh:

Nama : Muhammad Saefuddin Ali
NIM : 16.05.51.0081
Program Studi : S.1 Manajemen

Hasil Penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendadaran Skripsi dan skripsi telah di sahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal : 28 Januari 2020

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji I

Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si
NIDN : 0027037101

Penguji II

Ali Maskur, S.E., M.Kom
NIDN : 0618076401

Penguji III

Suzy Widyasari, S.E., M.Si
NIDN : 0631037102

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si
NIDN: 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Muhammad Saefuddin Ali

NIM : 16.05.51.0081

Program Studi : S.1 Manajemen

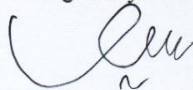
Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YAMAHA N-MAX tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, 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 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, 13 Januari 2020

Yang menyatakan,



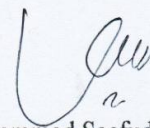
(Muhammad Saefuddin Ali)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya Bapak Muh Sinun dan Ibu Suyanti tercinta, yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun material serta selalu mendoakan yang terbaik untuk anaknya.
2. Dosen pembimbing saya Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., Msi yang telah membimbing dan mengarahkan saya dalam penyusunan karya ilmiah ini.
3. Untuk Puri Gita Pertiwi terimakasih atas segala hal yang kamu lakukan dan selalu mendukungku dalam keadaan apapun.
4. Untuk mas opras, mas abdul, terimakasih banyak atas segala dukungan dan motivasi yang kalian berikan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Untuk saudara – saudara saya yang telah memberi motivasi dan semangat lebih.
6. Teman – teman seperjuangan angkatan 2016 serta Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Penulis,



(Muhammad Saefuddin Ali)

MOTTO

“ Hidup perlu diperjuangkan dengan penuh kesungguhan, tidak satupun yang bisa kita capai dengan baik kecuali dengan kesungguhan. Kesungguhan kitalah yang akan mengantar kita kepada kesuksesan “

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Yamaha N-max. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli dan pemakai Yamaha N-max yang pada saat penelitian dilakukan sedang berada di Kota Semarang, sementara sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara *insidental*. Jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli berupa kuesioner yang telah diisi oleh responden. Terdapat 3 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, masing-masing menguji secara parsial pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Yamaha N-max, kemudian di analisis dengan SPSS melalui uji instrumen berupa uji validitas dan reliabilitas, kemudian di uji dengan regresi linier berganda, pengujian model penelitian berupa uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*), uji F dan uji hipotesis berupa uji t. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial bahwa kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Yamaha N-max.

Kata kunci: Kualitas produk, Citra merek, Persepsi harga dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of product quality, brand image, and price perception on Yamaha N-max customer satisfaction. The population in this study were the buyers and users of Yamaha N-max at the time the study was being conducted in the city of Semarang, while the samples taken were 100 respondents using incidental sampling techniques. The type of data used is primary data that is data obtained directly from the original source in the form of a questionnaire that has been filled out by respondents. There are 3 hypotheses proposed in this study, each of which partially tests the effect of product quality, brand image, and price perception on Yamaha N-max consumer satisfaction, then analyzed with SPSS through the instrument test in the form of validity and reliability tests, then tested with multiple linear regression, testing the research model in the form of the coefficient of determination (Adjusted R²), F test and hypothesis testing in the form of t test. The results showed partially that product quality, brand image, and price perception had a positive and significant effect on customer satisfaction of Yamaha N-max.

Keywords: Product quality, Brand image, Price perception and Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia- Nya sehingga dalam menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Yamaha N-Max” Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen program Strata Satu (S1) 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 terimakasih sebesar – besarnya kepada :

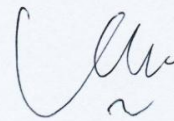
1. Dr. Safik Faozi, SH., M.Hum. selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si.,selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
3. Sri Sudarsi, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang.
4. Dr. Euis Soliha, S.E., Msi., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing saya kapanpun dan dimanapun agar dapat memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
5. Dra. Kis Indriyaningrum, M.pd., M.Si selaku Dosen Wali yang telah membantu selama melaksanakan studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
6. Bapak Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu serta membagikan pengalaman yang berharga, sehingga ilmu yang diperoleh mudah-mudahan dapat digunakan dan di amalkan sebaik-baiknya.

7. Kedua orang tuaku tercinta terimakasih atas doa, kasih sayang, dan restunya yang telah diberikan selama ini, dari dulu hingga sekarang.
8. Teman – teman dan sahabat yang telah memotivasi dan mendukung saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
9. Staff dan karyawan Universitas Stikubank Semarang.
10. Kepada semua pihak yang namanya tidak disebutkan satu persatu.

Pada kesempatan ini, penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena kesempurnaan yang hakiki hanya milik Allah SWT. Penulis berharap sumbangan dan pemikiran yang tertuang dalam skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, Amin.

Semarang, 13 januari 2020

Penulis,



Muhammad Saefuddin Ali

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Dan Pembatasan Masalah	5
1.2.1 Rumusan Masalah.....	5
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	8
2.1.1 Strategi Penetapan Kepuasan Konsumen	8
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	10
2.1.3 Indikator Kepuasan Konsumen	12
2.2 Pengertian Kualitas Produk	13
2.2.1 Tingkatan Produk	13
2.2.2 Elemen Kualitas Produk.....	14

2.3 Pengertian Citra Merek	15
2.3.1 Manfaat Merek	16
2.3.2 Indikator Citra Merek.....	17
2.4 Pengertian Persepsi Harga.....	17
2.4.1 Peran Utama Harga	18
2.4.2 Tujuan Penetapan Harga	19
2.4.3 Indikator Persepsi Harga	19
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu.....	20
2.6 Pengembangan Hipotesis	24
2.6.1 Pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen... 24	
2.6.2 Pengaruh antara Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	25
2.6.3 Pengaruh antara Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	26
2.7 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE DAN DESAIN PENELITIAN	31
3.1 Populasi dan Sempel	31
3.2 Jenis dan Pengambilan Data.....	32
3.2.1 Jenis Data.....	32
3.2.2 Teknik Pengambilan Data	32
3.3 Metode Analisis Data	32
3.4 Definisi Konsep, Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.5 Rencana Analisis Data.....	36
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	36
3.5.1.1 Deskripsi Responden.....	36
3.5.1.2 Deskripsi Variabel	36
3.5.2 Uji Instrumen.....	37
3.5.2.1 Uji Validitas.....	37
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	38
3.5.3 Analisis Regresi Linier	38

3.5.3.1 Uji Model.....	39
3.5.3.2 Pengujian Hipotesis (Uji t)	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Deskripsi Responden.....	41
4.1.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.1.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	42
4.1.3 Identitas Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan Terahir	43
4.1.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
4.1.5 Identitas Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	45
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	45
4.2.1 Variabel Kualitas Produk (X1).....	45
4.2.2 Variabel Citra Merek (X2)	47
4.2.3 Variabel Persepsi Harga (X3).....	48
4.2.4 Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	49
4.3 Uji Instrumen.....	50
4.3.1 Uji Validitas.....	50
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.4 Analisis Data	53
4.4.1 Analisis Regresi Linier	53
4.5 Pengujian Model Penelitian Dan Hipotesis.....	55
4.5.1 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	55
4.5.2 Uji Signifikan Simulasi (F).....	56
4.5.3 Uji Hipotesis (Uji t)	56
4.6 Pembahasan	58
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	58
4.6.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen.....	59
4.6.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	59

BAB V PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Implikasi Teoritis	61
5.3 Implikasi Manajrial	62
5.4 Keterbatasan Penelitian	62
5.5 Saran Bagi Riset Selanjutnya	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Yamaha N-max Bulan Januari – Juni 2018 Di Indonesia 3	
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Konsep, Operasional dan Pengukuran Variabel	33
Tabel 4.1 Rincian Penyebaran Kuesioner	41
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan Terahir	43
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4.6 Identitas Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	45
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1)	46
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Citra Merek (X2)	47
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X3)	48
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.12 Pengujian Reliabilitas Variabel-Variabel Penelitian.....	52
Tabel 4.13 Hasil Regresi Linier.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran.....	29
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Data Responden.....	74
Lampiran 3 Data Tabulasi Variabel.....	78
Lampiran 4 Statistik Deskriptif Responden.....	91
Lampiran 5 Statistik Deskriptif Variabel.....	94
Lampiran 6 Uji Validitas.....	105
Lampiran 7 Uji Reliabilitas.....	110
Lampiran 8 Analisis Regression Linier Bergand.....	112