

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAK PADA
NIAT BELI ULANG**
(Studi Pada Pengguna Produk Kosmetik Emina Di Fakultas Ekonomika Dan
Bisnis Universitas Stikubank)

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 : Novila Mega Ambarwati

Nim : 17.05.51.0208

Program Studi : S1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITASSTIKUBANK
SEMARANG**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN



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

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAK PADA NIAT BELI ULANG

(Studi Pada Pengguna Produk Kosmetik Emina Di Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Stikubank)

Diajukan Oleh:

Novila Mega Ambarwati

NIM : 17.05.51.0208

Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

Semarang, Juli 2021

Dosen Pembimbing

(Prof. Dr. MS. Eric Santosa, MBA)

NIDN : 0008105201

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul
**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAK PADA NIAT BELI ULANG (STUDI PADA
PENGGUNA PRODUK KOSMETIK EMINA DI FEB UNIVERSITAS STIKUBANK)**

Ditulis oleh
NIM : **17.05.51.0208**
Nama : **NOVILA MEGA AMBARWATI**

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, 07-09-2021
Ketua



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

Sekretaris



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

Anggota



(ENDANG TJAHHANINGSIH, Dr., S.E, M.Kom)
NIDN. 0622056601

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 PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAK PADA NIAT BELI ULANG (STUDI PADA PENGGUNA PRODUK KOSMETIK EMINA DI FEB UNIVERSITAS STIKUBANK)

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



(NOVILA MEGA AMBARWATI)

NIM. 17.05.51.0208

SAKSI 1
Tim Penguji



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

SAKSI 2
Tim Penguji



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

SAKSI 3
Tim Penguji



(ENDANG TJAHJANINGSIH, Dr., S.E. M.Kom)

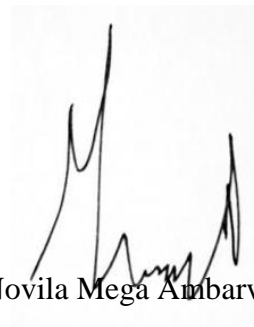


Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Digisign Unisbank. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://digisign.unisbank.ac.id>

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta kesehatan dan kekuatan bagi saya untuk melaksanakan dan menyelesaikan karya ilmiah ini. Karya ilmiah ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua yang terhormat dan tercinta Bapak Sutrisno dan Ibu Sumartiningsih, dan saudara kandung saya almarhumah Titik Kristyowati,A.Md., yang senantiasa selalu memberikan kasih sayang dan doa yang tulus demi kesuksesan penulis serta memberikan dukungan moril, materil kepada penulis.
2. Seluruh keluarga dan orang terkasih yang senantiasa telah memberikan dukungan moril dan doa yang selalu dipanjatkan untuk kesuksesan penulis yang begitu besar dan tidak terhingga.
3. Dosen pembimbing saya Prof.Dr. MS. Eric Santosa, MBA yang telah memberikan bimbingan dengan sepenuh hati untuk membantu saya dalam penyusunan karya ilmiah ini.
4. sahabatku dan teman-temanku yang selalu memberi motivasi, semangat dalam menyelesaikan skripsi ini”



(Novila Mega Ambarwati)

HALAMAN MOTTO

"Selalu menjadi versi tingkat pertama dari dirimu sendiri, bukan versi tingkat kedua dari orang lain."

- Judy Garland-

"Gapailah ambisi setinggi langit! Bermimpilah setinggi langit! Ketika kamu jatuh, kamu akan jatuh di antara bintang-bintang."

-Soekarno-

“Jadilah pelangi untuk orang-orang yang tulus padamu, jangan jadilah pelangi untuk orang yang tidak tulus denganmu.”

-Novila Mega Ambarwati-

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan dampak pada niat beli ulang. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Stikubank Unisbank Semarang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 110 responden dan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis yang meliputi uji F dan uji t. hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang

ABSTRACT

This study aims to identify the perception of price, product quality and brand image on customer satisfaction and the impact on repurchase intention. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, University of Stikubank Unisbank Semarang. The sample used in this study was 110 respondents and the method used in this sampling was purposive sampling, namely the sampling technique based on certain considerations. The data used in this study are primary data, multiple linear regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing which includes F test and t test. The results show that price perception has no effect on customer satisfaction, product quality has a positive effect on customer satisfaction, brand image has no effect on customer satisfaction and customer satisfaction has a positive effect on repurchase intention.

Keywords: *Price Perception, Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction and Repurchase Intention*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampak Pada Niat beli ulang”**.

Selama menyusun skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Sehingga dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Safik 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. Sri Sudarsi, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Prof. Dr. MS. Eric Santosa, MBA selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi yang telah memberikan pengarahan serta bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
6. Orang tua saya dan saudara kandung saya yang selalu mendukung saya memberikan semangat.
7. Teruntuk sahabat-sahabat saya yang selalu membantu saya dalam menyelesaikan skripsi dan selalu memberikan semangat.
8. Teman-teman Manajemen angkatan 2017 terimakasih atas pengalaman yang hebat selama kuliah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, Juli 2021
Yang Menyatakan



(Novila Mega Ambarwati)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI, KAJIAN PENELITIAN SEBELUM DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Niat Beli Ulang	8
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	12
2.1.3 Citra Merek	18
2.1.4 Kualitas Produk.....	24
2.1.5 Persepsi Harga.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Perumus.....	40
2.3.1 Hubungan Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan.....	40
2.3.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	41
2.3.3 Hubungan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	42

2.3.4	Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang.....	42
2.4	Model Penelitian.....	43
2.4.1	Model Grafis	43
2.4.2	Model Matematis	44
BAB III	METODE PENELITIAN	45
3.1	Populasi dan Pengambilan Sampel.....	45
3.1.1	Populasi.....	46
3.1.2	Sampel	47
3.2	Jenis Dan Teknik Pengambilan Data.....	48
3.2.1	Jenis Data.....	48
3.2.2	Teknik Pengambilan Data.....	49
3.3	Definisi Konsep dan Definisi Operasional Variabel	49
3.4	Uji Instrumen.....	51
3.4.1	Uji Validitasi.....	51
3.4.2	Uji Reliabilitas	52
3.5	Teknik Analisis Data	52
3.5.1	Uji Model.....	52
3.5.2	Uji Hipotesis	53
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1	Deskripsi Responden	56
4.1.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.1.2	Berdasarkan Domisili di Kota Semarang.....	56
4.1.3	Berdasarkan Usia	57
4.1.4	Berdasarkan Progd.....	57
4.1.5	Berdasarkan Semester.....	58
4.2	Deskripsi Variabel	59
4.2.1	Variabel persepsi harga (X1)	59
4.2.2	Variabel Kualitas Produk (X2)	59
4.2.3	Variabel Citra Merak (X3).....	60
4.2.4	Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1).....	61
4.2.5	Variabel Niat Beli Ulang (Y2).....	62

4.3 Uji Instrumen.....	63
4.3.2 Uji Reliabilitas	65
4.4 Analisis Data	66
4.4.1 Uji Model.....	66
4.4.2 Uji Hipotesis	67
4.5 Pembahasan	70
4.5.1 Persepsi Harga terhadap kepuasan pelanggan	70
4.5.2 Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan	71
4.5.3 Citra Merek terhadap kepuasan pelanggan	71
4.5.4 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat beli ulang	71
BAB V PENUTUP.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Implikasi Manajerial.....	72
5.3 Keterbatasan Penelitian	73
5.4 Rekomendasi Penelitian	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survey Pendahuluan	3
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Pengukuran Variabel	45
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	52
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Progdil.....	54
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Semester.....	54
Tabel 4.6 Deskripsi Persepsi Harga (X1).....	55
Tabel 4.7 Deskripsi Kualitas Produk (X2).....	56
Tabel 4.8 Deskripsi Citra Merek (X3)	57
Tabel 4.9 Deskripsi Kepuasan Pelanggan (Y1)	58
Tabel 4.10 Deskripsi Niat Beli Ulang (Y2)	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Grafis	40
Gambar 3.1 Rumus Lemeshow	43