

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP SIKAP DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi Pada Pengguna Shampoo Head and Shoulders di Kalangan Mahasiswa FEB
Universitas Stikubank Semarang)**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

Nama	: Sa'diyatul Fikriyah
Nim	: 17.05.51.0220
Program Studi	: S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK) SEMARANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN



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

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP SIKAP DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN

**(Studi Pada Pengguna Shampoo Head and Shoulders di Kalangan Mahasiswa FEB
Universitas Stikubank Semarang)**

Diajukan Oleh:

Sa'diyatul Fikriyah

NIM : 17.05.51.0220

Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

Semarang, 2021

Dosen Pembimbing


Prof. Dr. M.S. Eric Santosa, MBA

NIDN : 0008105210

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul
PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP SIKAP DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA SHAMPOO HEAD AND SHOULDERS DI KALANGAN MAHASISWA FEB UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG)

Ditulis oleh
NIM : **17.05.51.0220**
Nama : **SA'DIYYATUL FIKRIYAH**

Telah dipertahankan di depan Tim Dosen Pengaji 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, 30-08-2021
Ketua



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

Sekretaris



Anggota



(ENDANG TJAHHANINGSIH, Dr., S.E, M.Kom) (KRISTINA ANINDITA HAYUNINGTIAS, S.E., M.M.)
NIDN. 0622056601 NIDN. 0616018901

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>
1/2



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>
2/2

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

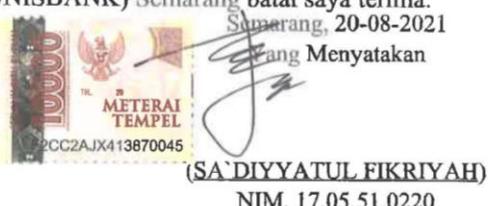
Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP SIKAP DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA SHAMPOO HEAD AND SHOULDERS DI KALANGAN MAHASISWA FEB UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG)

yang telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 20-08-2021, 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 ambil 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.



SAKSI 1
Tim Pengaji



SAKSI 2
Tim Pengaji



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

SAKSI 3

Tim Pengaji



(KRISTINA ANINDITA HAYUNINGTIAS, S.E., M.M.)



MOTTO

“Optimis merupakan kepercayaan yang menuju pencapaian. Tidak ada yang bisa dilakukan tanpa adanya harapan dan keyakinan.”

—Hellen Keller—

“Tidak masalah jika kamu berjalan dengan lambat, asalkan kamu tidak pernah berhenti berusaha.”

—Confucius—

“Belum terlambat untuk menjadi apa pun yang kamu inginkan.”

—George Elliot—

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap puji syukur kehadirat Allah SWT, karya ini penulis persembahkan untuk :

“Kedua orang tuaku, Almarhum Sumito dan Maftukhah yang selalu memberikan doa restu,kasih sayang, didikan dan arahan, dorongan semangat dan motivasi, perhatian, dukungan finansial, serta kesabaran dalam menyelamatkan skripsi ini”

“Teruntuk kakakku, sahabatku dan teman-temanku yang selalu memberi motivasi, semangat dalam menyelesaikan skripsi ini”

(Sa'diyyatul Fikriyah)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap sikap dan dampaknya pada loyalitas pelanggan (studi pada pengguna shampoo head and shoulders di kalangan mahasiswa FEB Universitas Stikubank Semarang). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEB Universitas Stikubank Semarang. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 120 responden di kalangan mahasiswa FEB Universitas Stikubank Semarang. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk,citra merek,dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap sedangkan sikap serta pengaruhnya berdampak positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas produk, Citra Merek, Persepsi harga, Sikap, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, brand image, and price perception on attitudes and observations on customer loyalty (study on shampoo users among FEB students, Stikubank University, Semarang). The population in this study were FEB students, Stikubank University, Semarang. Sampling in this study used purposive sampling method, namely determining the sample with certain considerations, data collection using a questionnaire with a sample of 120 respondents among FEB students, Stikubank University, Semarang. The data analysis technique in this research uses multiple linear regression analysis. The results of the study prove that product quality, brand image, and price perception have a positive and significant effect on attitudes and attitudes and have a positive and significant impact on customer loyalty.

Keywords: Product quality, Brand image, Price perception, Attitude, Customer loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP SIKAP DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Pengguna Shampoo Head and Shoulders di Kalangan Mahasiswa FEB Universitas Stikubank Semarang)**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Strata (S1) pada 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 berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Dr. Safik Faozi, 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 di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
- 4) Prof. Dr. M.S. Eric Santosa, MBA. selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan ini.
- 5) Seluruh staf pengajar dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
- 6) Kedua orang tua penulis yang tercinta : Almarhum Sumito dan Maftukhah atas doa restu, kasih sayang, didikan dan arahan, dorongan semangat dan motivasi, perhatian, dukungan finasial, serta kesabaran kepada penulis selama ini.
- 7) Kakak dari penulis Nailus Sa'adah yang telah memberikan dukungan moril, doa dan kasih sayang hingga saat ini.
- 8) Sahabat penulis yang paling disayangi yaitu Dinda Anggun Pratiwi S.M yang selalu memberikan semangat dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 9) Seluruh mahasiswa Manajemen angkatan 2017 yang selalu berbagi semangat dan dukungan untuk menyelesaikan bersama-sama skripsi ini.

Serta semua pihak yang telah banyak membantu penulis, yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu – persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa mungkin masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Amin.

Semarang, 09 Agustus 2021

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Sa'diyatul Fikriyah". It consists of a stylized 'S' or 'F' shape followed by a loop and some smaller strokes.

(Sa'diyatul Fikriyah)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	
Error! Bookmark not defined.	
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN SEBELUMNYA, DAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	9
2.1.2 Sikap	12
2.1.3 Kualitas Produk.....	19
2.1.4 Citra Merek	27
2.1.5 Persepsi Harga	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Hubungan antar Variabel dan Perumusan Hipotesis.....	34
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Sikap.....	34
2.3.2 Hubungan Citra Merek terhadap Sikap.....	34
2.3.3 Hubungan Persepsi Harga terhadap Sikap	35
2.3.4 Hubungan Sikap terhadap Loyalitas Pelanggan.....	36
2.4 Model Penelitian	37

BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Populasi dan Pengambilan Sampel	39
3.1.1 Populasi.....	39
3.1.2 Sampel.....	39
3.2 Jenis dan Teknik Pengambilan Data	42
3.2.1 Jenis dan Sumber	42
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.3 Definisi Konsep, Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian	47
3.4.1 Uji Validitas	47
3.4.2 Uji Reliabilitas	47
3.5 Teknik Analisis Data.....	48
3.6 Uji Hipotesis	49
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Deskripsi Responden	53
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.1.2 Berdasarkan Usia	53
4.1.3 Berdasarkan Program Studi	54
4.1.4 Deskripsi Berdasarkan Pembelian Shampoo Head and Shoulders	55
4.2 Deskripsi Variabel	55
4.2.1 Variabel Kualitas Produk	55
4.2.2 Variabel Citra Merek	57
4.2.3 Variabel Persepsi Harga.....	57
4.2.4 Variabel Sikap.....	58
4.2.5 Variabel Loyalitas Pelanggan	60
4.3 Uji Instrumen	61
4.3.1 Uji Validitas	61
4.3.2 Uji Reliabilitas	63
4.4 Analisis Data.....	64
4.4.1 Uji Model	64
4.4.2 Uji Hipotesis	66
4.5 Pembahasan.....	69

BAB V PENUTUP.....	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	73
5.3 Implikasi Penelitian	73
5.4 Rekomendasi untuk Penelitian Berikut.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survei Pendahuluan	2
Tabel 2.2 Review Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Devinisi Konsep, Operasional, Pengukuran Variabel.....	43
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi	54
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian.....	55
Tabel 4.5 Deskripsi Butir Kualitas Produk	55
Tabel 4.6 Deskripsi Butir Citra Merek.....	57
Tabel 4.7 Deskripsi Butir Persepsi Harga	58
Tabel 4.8 Deskripsi Butir Sikap	59
Tabel 4.9 Deskripsi Butir Loyalitas	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	37
-----------------------------------	----