

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Suatu Empirik pada Konsumen *Home Industry Arina Cake*
di Wilayah Surakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat – Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

RIZAL OKTARACHMAN

NIM : B100 120 099

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Suatu Empirik pada Konsumen *Home Industry Arina Cake*
di Wilayah Surakarta)**

Yang Disusun Oleh :

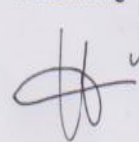
RIZAL OKTA RACHMAN

B100120099

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk
diterima.

Surakarta, Mei 2016.

Pembimbing



Dr. Soepatini, SE., M.Si.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Drs. Triyono, M.Si.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Sukoharjo Jawa Tengah 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RIZAL OKTA RACHMAN

NIM : B100120099

Program Studi : MANAJEMEN

Judul : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.
(Suatu Empirik pada Konsumen *Home Industry* Arina Cake di Wilayah Surakarta)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan – kutipan dan ringkasan – ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Mei 2016.
Yang membuat pernyataan

RIZAL OKTA RACHMAN

MOTTO

“إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ”

Doa Iftitah

“Tidak mungkin tidak ada manfaatnya. Jika sesuatu itu telah
dibuat”

D.E. WIRYANI

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk :

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap mahluk, tanpaNya tulisan ini tiada bermakna. Semoga dari awal proses sampai karya ini selesai dapat memberikan amalan dan keberkahan bagi kita semua.
2. Khatamul Anbiya Muhammad SAW, semoga sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
3. Alm. Papah Rachmanto dan Mamah Dwi Endang Wiryani beserta Bapak Widodo,S.H.M.Kn. Selaku orang tua saya yang telah memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan, dukungan dan kebahagiaan yang begitu indah dalam hidupku, semoga butir – butir keringat, untaian doa dan kesabaran tiada henti. Diganjar pahala yang berlimpah oleh Allah SWT.
4. Apriliani Rahmaningsih, kakak tercinta yang selalu menginspirasi dalam situasi dan kondisi apapun.
5. Sahabat – sahabatku, keluarga besar HEMa Manajemen, TNYI, Pak Dhe Men, dan Fabsskita. Terimakasih telah memberikan proses pertualangan hidup yang begitu bermakna.
6. Sahabat – sahabatku, keluarga besar PESMA Kh. Mas Mansyur, SMAIT Yapidh, SMP dan SD Muhammadiyah 01 Cileungsi. Terimakasih telah memberikan proses pertualangan hidup yang begitu bermakna.

7. Untuk semua elemen – elemen yang pernah berjasa di dalam proses tumbuh kembang kehidupanku. Tanpa mengurangi rasa hormat tidak bisa disebutkan satu persatu, saya mengucapkan terimakasih banyak atas pengalaman hidup yang dititipkan kepada saya.
8. Rizal Oktarachman. Skripsi ini mengingatkan untuk jangan pernah berhenti beribadah dan berbuat baik kepada orang lain, berusaha lebih menjadi pribadi yang lebih baik, dan berusaha lebih untuk menjadi anak yang soleh, yang dapat mendoakan orang tuanya, membimbing keluarganya dan sekitarnya menuju surganya Allah SWT.

ABTRACTION

The purpose of this study to determine an empirical consumer Arina cake home industry with the influence of brand image, price and quality of products on consumer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable. While the methods used in this study using the methods of data analysis: test instrument, the classical assumption test, test path analysis, and hypothesis testing. Based on the test results the instrument variables x and y is declared valid, while the results of the classical assumption variables x and y are also no problems occur. But based on results of test analysts and test hypotheses path can be determined by t test for customer satisfaction is happening is significant relationship between the variables of brand image, price, and product quality to customer satisfaction though the brand image experiencing significant negative results. And the results of the t test for consumer loyalty is the happening effect was not significant between customer satisfaction, brand image on consumer loyalty. To test the F occur together same effect between the variable x to the variable y. The results of customer satisfaction as an intervening variable to variable customer loyalty through brand image variable (-0.041), price (-0.026), and the quality of the product (-0.023). Description results show that the intervening variables affect consumer satisfaction can be expressed as a liaison between the variable variable brand image, price, and quality of products with variable customer loyalty.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Customer Satisfaction, and Consumer Loyalty.

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui suatu empirik pada konsumen home industry Arina cake dengan melihat pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data : uji instrumen, uji asumsi klasik, uji analisis jalur, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil uji instrumen variabel x dan y dinyatakan valid, sedangkan dari hasil uji asumsi klasik variabel x dan y juga tidak terjadi permasalahan. Tetapi berdasarkan hasil dari uji analisis jalur dan uji hipotesis dapat diketahui dengan uji t untuk kepuasan konsumen adalah terjadi pengaruh yang signifikan antara variabel citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen walaupun citra merek mengalami hasil yang negatif signifikan. Dan hasil uji t untuk loyalitas konsumen adalah adanya pengaruh tidak signifikan antara kepuasan konsumen, citra merek terhadap loyalitas konsumen. Untuk uji F terjadi secara bersama – sama berpengaruh antara variabel x dengan variabel y. Hasil dari variabel kepuasan konsumen sebagai intervening terhadap variabel loyalitas konsumen melalui variabel citra merek (-0,041), harga (-0,026), dan kualitas produk (-0,023). Uraian hasil intervening menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen dapat dinyatakan berpengaruh sebagai variabel penghubung antara variabel citra merek, harga, dan kualitas produk dengan variabel loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayahNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”. (Suatu Empirik pada Konsumen *Home Industry Arina Cake* di Wilayah Surakarta).

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Triyono, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Anton Agus Setyawan, SE., M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Dr. Soepatini, SE., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam penulisan demi kemajuan skripsi penulis.

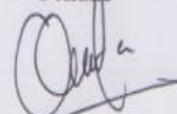
4. Ibu Dra. Wuryaningsih Dwi Lestari, MM., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Ibu Dra. Mambruroh, MM., selaku tutor Bisnis yang telah memberikan kritik dan saran selama menjalani menjadi mahasiswa Entrepreneur.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
7. Semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berhadap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Surakarta, Mei 2016.

Penulis



Rizal Okta Rachman

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan Skripsi	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Teori.....	12
1. Pemasaran	12
a). Pengertian Pemasaran.....	12

b). Fungsi Pemasaran	13
2. Loyalitas Konsumen	14
a). Pengertian Loyalitas Konsumen	14
b). Faktor – faktor Yang Membentuk Loyalitas	16
3. Kepuasan Konsumen	18
a). Pengertian Kepuasan Konsumen	18
b). Manfaat Kepuasan Konsumen.....	19
c). Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	20
4. Citra Merek	21
a). Pengertian Citra	21
b). Pengertian Merek.....	22
c). Pengertian Citra Merek.....	23
d). Indikator Citra Merek	24
5. Harga.....	25
a). Pengertian Harga.....	25
b). Peranan Harga.....	26
c). Dimensi – dimensi dalam Harga.....	27
d). Metode Pengukuran Harga	28
6. Kualitas Produk.....	29
a). Pengertian Kualitas Produk	29
b). Jenis – jenis Produk	30
c). Faktor – faktor Pengukuran Kualitas Produk	32

B. Kerangka Pemikiran.....	33
C. Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	44
B. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	44
1. Variabel Independen	44
2. Variabel Dependen.....	44
3. Variabel Intervening	45
C. Data dan Sumber Data	47
1. Data Primer	47
2. Data Sekunder	47
D. Metode Pengumpulan Data.....	48
E. Desain Pengambilan Data	49
1. Populasi Dan Sampel	49
a). Populasi.....	49
b). Sampel	49
2. Tehnik Pengambilan Sampel	49
F. Metode Analisis Data.....	50
1. Uji Instrumen	50
a). Uji Validitas	50
b). Uji Reliabilitas	51
2. Uji Asumsi Klasik.....	51
a). Uji Normalitas.....	51

b). Uji Multikolinearitas.....	52
c). Uji Heteroskedasitas	52
3. Analisis Jalur.....	52
4. Uji Hipotesis	54
a). Uji t	54
b). Uji f.....	57
c). Koefesien Determinasi (R^2)	58

BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	59
B. Deskripsi Data.....	61
1. Analisis Deskripsi	61
2. Deskripsi Responden	61
C. Analisis Indeks Jawaban	63
1. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Citra Merek.	65
2. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Harga	68
3. Analisis Indeks Jawaban Responden Kualitas Produk	69
4. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Kepuasan	72
5. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Loyalitas	74
D. Uji Instrumen	77
1. Uji Validitas	77
2. Uji Reliabilitas	81
E. Uji Asumsi Klasik.....	82
1. Uji Normalitas.....	82

2. Uji Multikolinearitas	83
3. Uji Heterokedasitas	84
F. Uji Analisis Jalur.....	84
G. Uji Hipotesis	87
1. Uji t	87
2. Uji f	89
3. Koefesien Determinasi (R^2)	90
H. Pembahasan.....	92
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	98
B. Keterbatasan Penelitian.....	101
C. Saran Untuk Perusahaan	101
D. Saran Untuk Penelitian Mendatang	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Arina Cake Bulan Januari s.d September 2015	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional	45
Tabel 3.2 Skala Likert	48
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Menurut Tingkat Usia	62
Tabel 4.3 Indeks Skor Jawaban Variabel Citra Merek	65
Tabel 4.4 Indeks Skor Jawaban Variabel Harga	68
Tabel 4.5 Indeks Skor Jawaban Variabel Kualitas Produk	69
Tabel 4.6 Indeks Skor Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen.....	72
Tabel 4.7 Indeks Skor Jawaban Variabel Loyalitas Konsumen.....	75
Tabel 4.8 Uji Validitas Citra Merek.....	78
Tabel 4.9 Uji Validitas Harga	79
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Produk	79
Tabel 4.11 Uji Validitas Kepuasan Konsumen	80
Tabel 4.12 Uji Validitas Loyalitas Konsumen.....	81
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.14 Uji Normalitas.....	82
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.16 Uji Heterokedasitas	84
Tabel 4.17 Hasil Persamaan Regresi I	85
Tabel 4.18 Hasil Persamaan Regresi II.....	85

Tabel 4.19 Uji Persamaan I Uji f	90
Tabel 4.20 Uji Persamaan II Uji f	90
Tabel 4.21 Uji Persamaan I Uji R^2	91
Tabel 4.22 Uji Persamaan II Uji R^2	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4.1 Model Hipotesis	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	109
Lampiran 2 Hasil Uji Instrumen	111
Lampiran 3 Hasil Asumsi Klasik	116
Lampiran 4 Hasil Analisis Jalur dan Hipotesis	118
Lampiran 5 Data Jawaban Responden	121

