ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Di Universitas Muhammadiyah Surakarta)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

FAHRUL CHAERIMAR

B 100 160 156

PROGRAM STUDI MANAJENEM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Empiris Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Di Universitas Muhammadiyah Surakarta)

SKRIPSI

Oleh

FAHRUL CHAERIMAR

B100160156

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing

Soepatini, S.E, M.Si, Ph.D

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Di Universitas Muhammadiyah Surakarta)

OLEH

FAHRUL CHAERIMAR

B100160156

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 09 Mei 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. **Imronudin, S.E.,M.Si.,Ph.D.** (.....)
   (Ketua Dewan Penguji)
2. **Soepatini, S.E, M.Si, Ph.D** (.....)
   (Anggota I Dewan Penguji)
3. **Ir. Irmawati, S.E., M.Si.** (.....)
   (Anggota II Dewan Penguji)

Dekan

Dr. Syamsudin

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **FAHRUL CHAERIMAR**

NIM : **B 100 160 156**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Di Universitas Muhammadiyah 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, 9 Mei 2020

Yang membuat pernyataan,

FAHRUL CHAERIMAR

MOTTO

"... Sesungguhnya Allah itu Tuhanku dan Tuhanmu karena itu sembahlah Dia. Inilah jalan yang lurus..." **(QS. AL-IMRAN : 51)**

"Dan setiap umat mempunyai ajal (batas waktu). Apabila ajalnya tiba, mereka tidak dapat meminta penundaan atau percepatan sesaat pun" **(QS. AL-A'RAF : 34)**

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk :

1. ALLAH SWT yang telah memberikan kebesaran-Nya untuk menuntun saya dalam mengerjakan tugas akhir sehingga dapat teralisasikan dengan baik.
2. Kedua orang tua dan keluarga sebagai bentuk bakti anak terhadap orang tua untuk dapat menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
3. Pembingbing skripsi saya, Ibu Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D yang sudah membimbing, membantu dan mengarahkan setiap langkah untuk menyusun skripsi saya.
4. Teman-teman saya yang selalu senantiasa memberikan semangat, bantuan dan dukungan kepada saya.
5. Teman-teman seperjuangan kelas D manajemen 2016 terima kasih telah memberikan banyak candaan dan supportnya yang menjadi semangat bagi saya untuk menyelesaikan skripsi.
6. Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena telah memberikan fasilitas-fasilitas untuk mengerjakan pembelajaran selama ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa pengguna sepeda motor honda beat di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dalam penelitian ini menggunakan sampel mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta sebanyak 100 orang responden. Teknik pengambilan sampling dengan *purposive sampling* dan data yang digunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan beberapa variabel yaitu citra merek, harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan uji t yang memiliki nilai signifikansi 0,173 lebih besar dari 0,05 , harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan uji t memiliki nilai signifikansi 0,141 lebih besar dari 0,05 , kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan uji t memiliki nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,474 menunjukan bahwa variasi perubahan citra merek (X1), harga (X2), kualitas produk (X3) mampu menerangkan variasi perubahan variabel kepuasan konsumen sebesar 47,4 % sedangkan sisanya 52,6 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata kunci : *citra merek, harga, kualitas produk, kepuasan konsumen*

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of brand image, price and product quality on consumer satisfaction at the Muhammadiyah University of Surakarta. In this research used a sample of 100 Muhammadiyah Surakarta University students. The sampling technque used purposive sampling technique and the data used were primary data in the form of questionnaires. Data analysis method used is multiple linear regression analysis using several variables namely brand image, price, product quality and customer satisfaction. The results of this study indicate that the brand image has no significant effect on consumer satisfaction with the t test which has a significance of 0,173 greater than 0,05 , price has no significant effect on consumer satisfaction with the t test has a significance value of 0,141 greater than 0,05 , product quality has a significant effect on consumer satisfaction as evidenced by t test having a significance value of 0,000 less than 0,05. Adjusted R Square value of 0,474 indicates that variations in changes in brand image (X1), price (X3), product quality (X3) are able to explain variations in variable changes in customers satisfaction by 47,4 % while the remaining 52,6 % is explained by other variables outside the model.

Keywords : *brand image, price, product quality, consumer satisfaction*

KATA PENGANTAR

Assalaamualaikum Wr.Wb

Alhamdullilah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWTyang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " Analisis pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Di Univeersitas Muhammadiyah Surakarta).

Skripsi ini digunakan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa hasil yang tertuang dalam skripsi ini bukanlah hasil penulis semata dan tidak akan terwujud, jika tanpa adanya bimbingan, arahan, bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronuddin, S.E, M.M, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Soepatini, S.E, M.Si, Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Sri Padmantyo, MBA selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis dalam membentuk menyelesaikan perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surkarta khususnya Prodi Manajemen.

7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, namun memiliki arti dalam penyelesaikan skripsi ini. Tanpa maksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam melakukan penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga dapat berguna bagi peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis dimasa depan. Amin

Surakarta, 2 Mei 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv
MOTTO v
PERSEMBAHAN vi
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 4
D. Manfaat Penelitian 5
E. Sistematika Penulisan 5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7
A. Tinjauan Teori 7
1. Perilaku Konsumen 7
2. Citra Merek 11
3. Harga 13
4. Kualitas Produk 15
5. Kepuasan Konsumen 17
B. Peneltian Terdahulu 18
C. Perumusan Hipotesis 19
D. Kerangka Pemikiran 22

BAB III METODE PENELITIAN 23
A. Jenis Penelitian 23
B. Desain Pengambilan Sampel 23
C. Data Dan Sumber Data 25
D. Metode Pengambilan Data 25
E. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel 26
F. Teknik Pengumpulan Data 28
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN 33
A. Gambaran Umum 33
B. Karakteristik Responden 33
C. Respon Responden Terhadap Variabel 36
D. Analisis Data 38
E. Pembahasan 47
BAB V PENUTUP 51
A. Kesimpulan 51
B. Keterbatasan Penelitian 51
C. Saran 52
DAFTAR PUSTAKA 53
LAMPIRAN 55

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas 34
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 34
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Usia 35
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan 35
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Honda Beat..... 36
Tabel 4.6 Responden Responden Terhadap Merek..... 36
Tabel 4.7 Respon Responden Terhadap Harga 37
Tabel 4. 8 Respon Responden Terhadap Kualitas Produk 37
Tabel 4. 9 Respon Responden Terhadap Kepuasan Konsumen..... 38
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Citra Merek 39
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Harga..... 40
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk..... 40
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Kepauasan Konsumen..... 41
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas..... 41
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas 42
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinieritas 43
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas 43
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisa Regresi Linier Berganda..... 44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perilaku Konsumen 11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran 22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian 56
Lampiran 2. Hasil Uji Reliabilitas 60
Lampiran 3. Hasil Uji Normalitas 62
Lampiran 4. Hasil Uji Multikolinieritas 63
Lampiran 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas 64
Lampiran 6. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda 65