

**PENGARUH BRAND IMAGE HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO BAJU MULIM ELZATTA PONOROGO CITY  
CENTER**



Nama : Mega Agustina

NIM : 14413419

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2018**

**PENGARUH BRAND IMAGE HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO BAJU MULIM ELZATTA PONOROGO CITY  
CENTER**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Mega Agustina

NIM : 14413419

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2018**

## Abstrak

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh bahwa koefisien uji F diperoleh sebesar 49.950 dengan tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 0,050$  dengan perhitungan signifikan  $0,000 < 0,050$ , sehingga variabel Brand image, Harga dan Kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai determinasinya sebesar 0,617. Presentase sumbangan variabel Brand Image (X1), Harga (X2) dan Kualitas produk (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 61,7% dan sisanya 38,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak ada pada penelitian ini. Di dalam variabel kepuasan pelanggan terdapat indikator pertama yaitu Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis, dari beberapa wawancara konsumen yang melakukan pembelian di Elzatta konsumen merasa lebih puas dengan produk yang diciptakan oleh brand Elzatta dibandingkan dengan produk yang lainnya. Salah satunya yaitu dari kualitas produknya. Indikator kedua Kesesuaian Kualitas pelayanan dengan tingkat harapan yaitu apabila kualitas pelayanan sesuai dengan tingkat harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas dan nyaman atas pelayanan yang diberikan dan bersedia menjadi pelanggan. indikator ketiga yaitu adalah tidak ada pengaduan atau komplain dari beberapa tahun sejak Elzatta berdiri sampai saat ini belum ada sama sekali konsumen yang melakukan komplain di Elzatta Ponorogo City Center, justru sebaliknya konsumen banyak yang merasa puas atas kualitas produk dan pelayanan di Elzatta tersebut.

**Kata Kunci : Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan**



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum.wr.wb

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO MUSLIM ELZATTA PONOROGO CITY CENETR"** dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami kesulitan yang dihadapi, tetapi berkat bantuan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat :

1. H.Sulton, M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan untuk dapat menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Titi Rapini, SE, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh program Akuntansi S1 di Fakultas Ekonomi.
- 3.
4. Dra. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan juga sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan fasilitas yang baik, meluangkan waktu untuk membimbing, dan memberi semangat, dukungan, motivasi, serta petunjuk guna terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang selalu memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis dan memberikan kelancaran dalam hal administrasi.

6. Kedua orang tua tercinta (Bapak Boyadi dan Ibu Sukatmini)) yang telah memberikan semangat, bantuan, do'a dan dukungan moral serta meterial serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman terdekatku (Dita kirana, Tiara sandi, Nur mahmudah, Dony Hendrik, Aprilia Widya, Febri Dwi Wardani, Ekak dll) yang selalu memberikan dukungan serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Mahasiswa/i Prodi Manajmen angkatan tahun 2014 kelas B yang telah memberikan sebuah persahabatan
9. Pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dan memberi masukan dan inspirasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada mereka semua yang telah membantu dalam terselesaikannya skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan kripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan dapat digunakan sebagai tambahan dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 16 Agustus 2018

Penulis,



Mega Agustina

## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

### KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 16 Agustus 2018



**(Mega Agustina)**

NIM : 14413419

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Abstrak.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Pernyataan Tidak menyimpang Kode Etik Penelitian.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	6
1.3.Tujuan Peneelitan.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	9
2.1.3. Brand Image.....	12
2.1.3.1. Pengertian Brand Image.....	12
2.1.3.2. Tingkatan Brand (Merek).....	12
2.1.4. Image (Citra).....	16
2.1.4.1. Pengertian Image (Citra).....	16
2.1.5. Brand Image (Citra Merek).....	17
2.1.5.1. Pengertian Brand Image.....	17



2.1.6. Harga (Price).....	19
2.1.6.1. Pengertian Harga (Price).....	19
2.1.7. Kualitas Produk.....	21
2.1.7.1. Pengertian Kualitas Produk.....	21
2.1.7.2. Dimensi Kualitas Produk.....	23
2.1.8. Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.8.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Kerangka Pemikiran.....	28
2.4. Hipotesis.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	34
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
3.2.1. Populasi.....	34
3.2.2. Sampel.....	35
3.3. Metode Pengambilan Data.....	36
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4.1. Variabel Bebas Independen.....	38
3.4.2. Variabel Dependen (Kepuasan Pelanggan).....	42
3.5. Metode Analisis Data.....	42
3.5.1. Kuantitatif.....	42
3.5.2. Uji Validitas.....	43
3.5.3. Uji Reliabilitas.....	44
3.5.4. Hasil Uji Analilis Regresi Linier Berganda.....	45



3.5.5. Uji Koefisien Determinasi.....	46
3.5.6. Uji F.....	46
3.5.7. Uji t (Persial).....	47

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Sejarah Singkat Elzatta .....	48
4.1.2 Visi&Misi Elzatta .....	49
4.1.3 Kelebihan Elzatta.....	49
4.1.4 Struktur Organisasi .....	51
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	53
4.2.1 Deskripsi Responden .....	53
4.2.2 Deskripsi Respon Jenis Kelamin .....	54
4.2.3 Deskripsi Respon Usia.....	55
4.2.4 Deskripsi Respon Pekerjaan .....	56
4.3 Deskripsi Variable Penelitian .....	57
4.3.1 Variabel Brand Image.....	57
4.3.2 Variabel Harga.....	62
4.3.3 Variabel Kualitas Produk.....	66
4.3.4 Variabel Kepuasan Pelanggan .....	69
4.4 uji instrument .....	72
4.4.1 uji validitas .....	73
4.4.2 uji reliabilitas .....	75
4.4.3 analisis regresi linier berganda .....	76
4.4.4 analisis koefisien determinasi .....	78

4.4.5 pengujian hipotesis .....	79
4.5. pembahasan.....	87

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	95
5.3 Saran.....	96

### DAFTAR TABEL

1.1. Penelitian Terdahulu.....	26
4.1. Deskripsi Responden Jenis Kelamin.....	54
4.2. Deskripsi Responden Usia.....	55
4.3. Deskripsi Responden Pekerjaan.....	56
4.4. Tanggapan Responden Brand Image.....	58
4.5. Tanggapan Responden Harga.....	63
4.6. Tanggapan Responden Kualitas Produk.....	66
4.7. Tanggapan Responden Kepuasan Pelanggan.....	70
4.8. Hasil Uji Validitas.....	73
4.9. Hasil Uji Reliabilitas.....	75
4.10. Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.11. Analisis Koefisien Determinasi.....	78
4.12. Hasil Uji t Brand image.....	80
4.13. Hasil Uji t Harga.....	82
4.14. Hasil uji t Kualitas Produk.....	84
4.15. Hasil Uji F.....	86

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Kerangka Berfikir.....	28
4.1. Struktur Organisasi.....	52
4.2. Kurva penguji Hipotesis Brand Image.....	81
4.3. Kurva penguji Hipotesis Harga.....	83
4.4. Kurva Penguji Hipotesis Kualitas Produk.....	85

