

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

(Studi Kasus pada Konsumen *Eiger Adventure Store* Madiun)



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk menyusun skripsi
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Elly Adya Shafitry

NIM : 16414012

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

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

(Studi Kasus pada Konsumen *Eiger Adventure Store* Madiun)



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk menyusun skripsi
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Elly Adya Shafitry

NIM : 16414012

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening
Nama : Elly Adya Shafitry
NIM : 16414012
Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 22 Maret 1996
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo 18 Agustus 2020

Pembimbing I

(Titi Rapini, SE., MM)

NIDN. 0005056301

Pembimbing II

(Riawan, S.Pd., MM)

NIDN. 0705128502

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

(Titi Rapini, SE., MM)

NIDN. 19630505 199001 11

Dosen Penguji :

(Titi Rapini, SE., MM)

NIDN.0005056301

(Edi Santoso, SE., MM)

NIDN.0711037401

(Drs. Setyo Adji, MM)

NIDK.8856080018

HALAMAN MOTTO

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(QS. Al Baqarah: 286)

Dan Dia mendapatimu sebagai seorang yang bingung, lalu Dia memberikan petunjuk.

(QS. Ad-Duha: 7)

Dan Dia bersama kamu di mana saja kamu berada. Dan Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan.

(QS. Al Hadid: 4)

Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.

(QS. Al Insyirah: 7)

Cukuplah Allah menjadi Penolong kami dan Allah adalah sebaik-baiknya pelindung.

(QS. Al Imran: 73)

Untuk menggapai apa yang kamu inginkan, kamu harus terus mengejar dan berjuang untuk mewujudkannya. Kemudian pada saat yang sama jaga dirimu dan kesehatanmu.

-Park Chanyeol-

Kamu harus tangguh, jangan mudah rapuh. Ada orang yang harus kamu bahagiakan.

-Penulis-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupanjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan skripsi saya dengan segala kekuangannya. Segala syukur kuucapkan kepadaMu Ya Rabb karena telah menghadirkan orang-orang yang berarti disekeliling saya yang selalu memberikan do'a dan semangat.

Untuk karya yang sederhana ini, maka saya persembahkan untuk :

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta. Ayah Adi Badri dan Bunda Tuti yang telah memberikan segala dukungan baik berupa materi atau moril. Karya ini saya persembahkan untuk kalian sebagai wujud rasa terimakasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian.
2. Mas dan adik tersayang. Mas Shendy, Mas Wahyu, Adik Nikmal dan Adik Rizky terimakasih untuk bantuan dan semangat dari kalian. Semoga awal dari kesuksesan saya ini dapat membanggakan kalian.
3. Seseorang yang selalu menemani saya dari awal hingga akhir dan untuk seterusnya, Mas Agung Widodo. Terimakasih untuk kesabarannya, semoga dengan selesainya skripsi ini dapat memperlancar rencana-rencana kita selanjutnya.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen *Eiger Adventure Store Madiun*)” dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam penulisan skripsi ini ditemui beberapa kesulitan, namun berkat bantuan, motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karenanya dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Bapak Dr.Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Ibu Titi Rapini, SE,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi serta dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bimbingan, pengarahan dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Bapak Riawan, S.Pd, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bimbingan, pengarahan dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

6. Seluruh staff dan karyawan *Eiger Adventure Store* Madiun karena telah memberikan izin penelitian dan membantu kelancaran penelitian ini.
7. Bapak dan ibu staf pengajar di Fakultas Ekonomi, staf tata usaha dan staf perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
8. Kedua Orang tua yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi dan segala yang dibutuhkan dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat terbaik di Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan semangat serta masukan dan bantuan pendukung skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan Manajemen 2016 khususnya Manajemen B.
11. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis harapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat. Namun, penulis juga menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Karenanya semua kritik dan saran akan dihargai.

Ponorogo, 18 Agustus 2020

Elly Adya Shafitry

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah 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 Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 18 Agustus 2020



(Elly Adya Shafitry)
NIM. 16414012

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen *Eiger Adventure Store Madiun*). Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah konsumen Eiger Adventure Store Madiun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *incidental sampling*, skala pengukuran dengan skala *likert* melalui kuesioner sedangkan sampel yang diambil adalah sebanyak 90 konsumen. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dan analisis jalur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga (X3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y1) 2) Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga (X3) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y2) melalui Keputusan Pembelian (Y1) sebagai variabel intervening 3) Keputusan Pembelian (Y1) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y2) pada *Eiger Adventure Store Madiun*.

Kata Kunci : citra merek, kualitas produk, harga, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Motto	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Pernyataan Kode Etik Penelitian	vii
Ringkasan	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Laampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	9
D. Batasan Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	11

B. Manajemen Pemasaran	11
C. Bauran Pemasaran.....	12
D. Perilaku Konsumen.....	14
E. Merek	16
F. Citra Merek	17
G. Kualitas Produk.....	19
H. Harga	21
I. Keputusan Pembelian	22
J. Kepuasan Konsumen	25
K. Penelitian Terdahulu	26
L. Kerangka Pemikiran	29
M. Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup Penelitian	32
B. Populasi dan Sampel.....	32
1. Populasi.....	32
2. Sampel	32
C. Metode Pengambilan Data.....	34
1. Data Primer	34
2. Data Sekunder.....	35
D. Definisi Operasional Variabel	36
1. Variabel Dependen	37
2. Variabel Independen	37
3. Variabel Intyervening	37

E. Metode Analisis Data.....	37
1. Uji Analisis Data.....	38
a) Regresi Linear.....	38
b) Analisis Jalur.....	39
2. Uji Instrumen.....	41
a) Analisis Deskriptif Kuantitatif.....	41
b) Uji Validitas.....	41
c) Uji Reliabilitas.....	42
3. Uji Hipotesis.....	43
4. Analisis Determinasi.....	44
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	45
1. Gambaran Umum.....	45
2. Operasional Eiger Adventure Store Madiun.....	46
3. Visi dan Misi Perusahaan.....	47
4. Karakteristik Responden.....	48
a) Responden menurut jenis kelamin.....	48
b) Responden menurut usia.....	49
c) Responden berdasarkan pekerjaan.....	49
5. Deskripsi Variabel.....	50
a) Variabel Citra Merek.....	50
b) Variabel Kualitas Produk.....	52
c) Variabel Harga.....	55
d) Variabel Keputusan Pembelian.....	56

e) Variabel Kepuasan Konsumen.....	59
6. Uji Instrumen Data.....	61
a) Uji Validitas	61
b) Uji Reliabilitas	65
7. Analisis Regresi Linear Berganda	66
8. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	69
9. Perhitungan Pengaruh	73
10. Diagram Jalur.....	75
11. Uji Hipotesis	76
12. Analisis Koefisien Detreminasi	79
B. Pembahasan	81
BAB V PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN	99



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2 Operasional Eiger Adventure Store Madiun.....	46
Tabel 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	50
Tabel 6 Tanggapan Responden mengenai Citra Merek.....	51
Tabel 7 Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk	53
Tabel 8 Tanggapan Responden mengenai Harga.....	55
Tabel 9 Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian	57
Tabel 10 Tanggapan Responden mengenai Kepuasan Konsumen	59
Tabel 11 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1)	61
Tabel 12 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2).....	62
Tabel 13 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_3).....	63
Tabel 14 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y_1).....	63
Tabel 15 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y_2).....	64
Tabel 16 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 17 Hasil Sub-Struktur 1	66
Tabel 18 Hasil Sub-Struktur 2	68
Tabel 19 Analisis Jalur Sub-Struktur 1	70
Tabel 20 Analisis Jalur Sub-Struktur 2.....	72
Tabel 21 Koefisien Determinasi Persamaan 1	80
Tabel 22 Koefisien Determinasi Persamaan 2.....	8

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Perilaku Konsumen Sederhana.....	14
Gambar 2 Model Perilaku Konsumen Kompleks	15
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4 Model Analisis Jalur	40
Gambar 4 Diagram Jalur.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	100
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	101
Lampiran 3 Hasil Rekapitulasi Kuesioner	106
Lampiran 4 Hasil Rekapitulasi Kuesioner	109
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	123
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	128
Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	131
Lampiran 8 Tabel r	135
Lampiran 9 Tabel t	140
Lampiran 10 Berita Acara Penelitian.....	14



