

**PENGARUH *BRAND TRUST*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK AIR MINUM  
LE MINERALE**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat  
guna Memperoleh Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Linda Putri Anggraini

NIM : 16413970

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Air Minum Le Minerale  
Nama : Linda Putri Anggraini  
NIM : 16413970  
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 17 Juli 1998  
Program studi : Manajemen

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


Ponorogo, 24 Agustus 2020

Pembimbing I



Naning Kristiyana, SE. MM  
NIDN : 0721117501

Pembimbing II



Siti Chamidah, SE.M.Si  
NIDN : 0019057101

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi



RANI RANI, SE. MM  
NIK. 19630505 199001 11

Dosen Penguji



Naning Kristiyana, SE., MM  
NIDN. 0721117501



La Ode Sugianto, S.pd. MM  
NIDN. 0730068503



Adi Santoso, SE. MM  
NIDN. 0727118803

## RINGKASAN

Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Air Minum Le Minerale. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang telah merasa puas terhadap produk Air minum Le Minerale. Dari data yang diperoleh dari kuesioner konsumen Produk Air Minum Le Minerale yang berjumlah 136 responden adalah responden yang mengkonsumsi Air Minum Le Minerale. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik sampling *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Kriteria sampel penelitian ini adalah (1) Mahasiswa Aktif sampai tahun 2020 Fakultas Ekonomi prodi Manajemen Angkatan 2017, (2) Mahasiswa reguler Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen, (3) Mahasiswa yang pernah mengkonsumsi produk Air Minum Le Minerale.

Hasil dari penelitian ini yaitu, (1) Variabel X1 (*Brand Trust*) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,303. Dengan nilai t hitung sebesar 4,299 lebih besar dari nilai t<sub>tabel</sub> sebesar 1,978 ( $4,299 > 1,975$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel *Brand trust* (X<sub>1</sub>) terhadap kepuasan konsumen (Y). (2) Variabel X2 (kualitas produk) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,128. Dengan nilai t hitung sebesar 2,362 lebih besar dari nilai t<sub>tabel</sub> sebesar 1,978 ( $2,362 > 1,978$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Kualitas produk (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan konsumen (Y). (3) Variabel X<sub>3</sub> (harga) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,269. Dengan nilai t hitung sebesar 4,795 lebih besar dari nilai t<sub>tabel</sub> 1,978 ( $4,795 > 1,978$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). (4) Variabel *Brand trust*, kualitas produk, dan harga secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen sebesar 24,428.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga dapat terselesaikannya skripsi dengan judul” **Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Air Minum Le Minerale**” sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan program sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Keberhasilan skripsi ini tentu saja tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada yang terhormat:

1. Ibu Titi Rapini, SE, MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Dra. Umi Farida, MM. Selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Univeristas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Kristyana. SE. MM. Selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, petunjuk, bantuan, dan saran sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Siti Chamidah. SE. M. Si. Selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan saran hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan di Fakultas Ekonomi universitas Muhammadiyah Ponorogo.

6. Bapak , Ibu yang telah memberikan semangat dan dukungan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman kelas Manajemen A serta seluruh rekan S1 manajemen angkatan 2016
8. Adik-adik angkatan 2017 yang sudah membantu supaya skripsi dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga skripsi ini berguna baik bagi diri saya sendiri maupun bagi pihak lain.



## **PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR**

### **KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan 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 suatu 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, 24 Agustus 2020



(Linda Putri Anggraini)  
NIM 16413970

## MOTTO

**Jangan pernah membalas kejahatan orang lain dengan kejahatan pula , tapi  
balaslah dengan kebaikan karna semua pasti ada hikmahnya.**

**“Raihlah ciat-citamu dengan sukses, dan persembahkan semua itu kepada  
kedua orang taumu, buat kedua orangtuamu bangga padamu, karna  
kesuksesan kita berawal dari doa kedua orangtua kita”.**

**Linda Putri Angraini**



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobil'amin

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “ *Brand Trust, Kualitas produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Air Minum Le Minerale*.”

Skripsi ini tidak akan terselesaikan terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

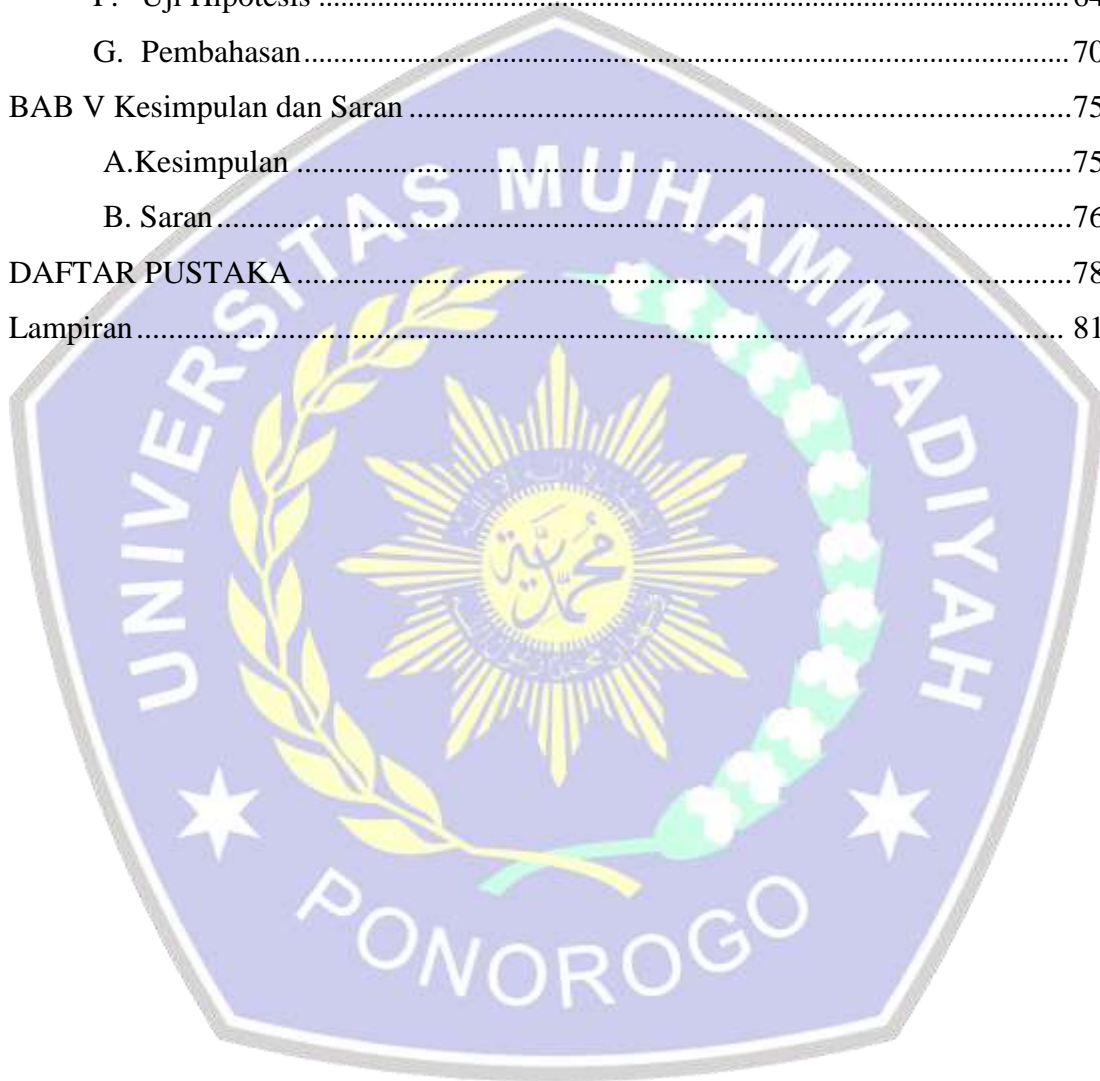
1. Bapak Hartono dan Ibu Sunarsih yang sangat saya cintai yang selalu memberikan saya dukungan dan doa. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan, panjang umur dan selalu dalam lindungan Allah SWT. Terimakasih Bapak dan Ibu yang sudah membesarkan saya sungguh luar biasa pengorbanan untuk saya, dan menghantarkan saya menjadi sarjana.
2. Ibu Siti Chamidah, SE, M.Si dan Ibu Naning Kristiyana, SE,MM selaku pembimbing, Terimakasih atas kesebaran yang Ibu berikan saya ketika bimbingan, saran dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini. Tanpa Ibu pembimbing saya juga tidak akan dapat seperti ini.
3. Terimakasih untuk tante hariyani yang selalu memberikan doa untuk kelancaran skripsi ini.
4. Terimakasih untuk teman-temanku Viga, Dinar yang selalu menyakinkan saya dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Ringkasan.....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Halaman pernyataan orisinalitas .....	vi
Motto .....	vii
Persembahan .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
<b>BAB I Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II Tinjauan Pustaka.....</b>	<b>10</b>
A. Landasan Teori .....	10
B. Penelitian terdahulu.....	27
C. Kerangka pemikiran.....	30
D. Hipotesis .....	31
<b>BAB III Metode Penelitian .....</b>	<b>35</b>
A. Ruang Lingkup Penelitian .....	35
B. Metode Penelitian .....	35
C. Populasi dan Sampel .....	35
D. Metode pengambilan data .....	37
E. Definisi operasional variabel .....	39
F. Metode analisis data.....	41
G. Alat Analisis Data .....	43
H. Uji Hipotesis .....	45

BAB IV Hasil dan Pembahasan.....	48
A. Hasil Penelitian .....	48
B. Karakteristik Responden .....	50
C. Tanggapan Responden.....	51
D. Uji Instrumen .....	59
E. Alat Analisis.....	61
F. Uji Hipotesis .....	64
G. Pembahasan.....	70
BAB V Kesimpulan dan Saran .....	75
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
Lampiran.....	81



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4.3	Nilai Rentang Rata-rata .....	52
Tabel 4.4	Tanggapan Responden terhadap Variabel Brand Trust .....	53
Tabel 4.5	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Produk .....	54
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga .....	56
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen .....	58
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas .....	59
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.10	Uji Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4.11	Uji Koefisien Determinasi .....	64
Tabel 4.12	Uji T.....	65
Tabel 4.13	Uji F.....	68



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka berpikir .....	30
Gambar 2. Logo Le Minerale .....	49
Gambar 3. Daerah Penerimaan Ho .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner .....	82
Lampiran 2	Tabulasi Data.....	86
Lampiran 3	Output SPSS .....	92

