



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BERDAMPAK
PADA LOYALITAS KONSUMEN SMARTPHONE MEREK
SAMSUNG (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TAHUN 2016 – 2017 UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1)
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

DAVID ANDRIYAN JULIAVIANTO

NIM. 2016-11-112

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BERDAMPAK PADA
LOYALITAS KONSUMEN SMARTPHONE MEREK SAMSUNG
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN TAHUN 2016 – 2017
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2020

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Dina Lusianti, SE., MM., AAK.
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



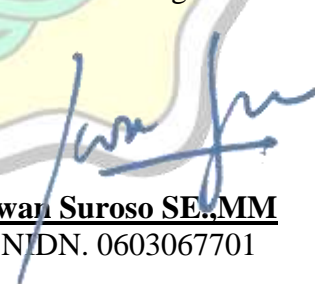
Dr. Drs. Ag. Sunarno H., SH. S.Pd. MM.
NIDN. 0026065516

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Iwan Suroso SE.,MM
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur

QS. Yusuf: 87

Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar, yaitu yang ketika ditimpa musibah mereka mengucapkan : sungguh kita semua ini milik Allah dan sungguh kepadaNya lah kita kembali

QS. Al Mukmin: 60

Hanya ada dua pilihan untuk memenangkan kehidupan: keberanian, atau keikhlasan. Jika tidak berani, ikhlaslah menerimanya. jika tidak ikhlas, beranilah mengubahnya.

Lenang Manggala

Persembahan :

1. Kepada kedua orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan saya
2. Sahabat-sahabat seperjuangan
3. Teman-teman seangkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM., selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
4. Iwan Suroso, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh keluarga Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yaitu seluruh dosen pengajar dan staff karyawan atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama masa perkuliahan hingga sampai saat ini.

6. Kedua orangtua tercinta yang selalu memberikan dorongan dan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus, 2020
Penulis,

DAVID ANDRIYAN JULIAVIANTO
NIM. 2016-11-112

ABSTRAKSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BERDAMPAK PADA LOYALITAS KONSUMEN SMARTPHONE MEREK SAMSUNG (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN TAHUN 2016 – 2017 UNIVERSITAS MURIA KUDUS)

David Andriyan Juliavianto
NIM. 2016-11-112

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM.
2. Iwan Suroso, SE. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen smartphone merek Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Studi Manajemen Tahun 2016-2017 Universitas Muria Kudus. Penelitian ini menggunakan dua variabel endogen, yaitu kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, dan tiga variabel eksogen, yaitu kualitas produk, harga dan citra merek. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan sampel yang terdiri dari 125 responden dengan teknik *purposive sampling* yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Tahun 2016 – 2017 Universitas Muria Kudus yang menggunakan *smartphone* merek Samsung selama 1 tahun dan telah melakukan pembelian produk *smartphone* Samsung sebanyak 2 kali.

Analisis data yang digunakan (SEM) *Structural Equation Modeling* yang dioperasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk, harga dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, serta kualitas produk harga dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas produk, harga, citra merek, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND BRAND IMAGE
ON CUSTOMER SATISFACTION IMPACT ON THE LOYALTY OF
SAMSUNG BRAND SMARTPHONE
(CASE STUDY OF FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM, 2016 - 2017 MURIA KUDUS
UNIVERSITY)***

**David Andriyan Juliavianto
NIM. 2016-11-112**

Guidance Lecturer : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM.
2. Iwan Suroso, SE. MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT**

This study aims to analyze the effect of product quality, price and brand image on consumer satisfaction and consumer loyalty of Samsung smartphone consumers at the Faculty of Economics and Business Management Studies 2016-2017 Muria Kudus University. This study uses two endogenous variables, namely customer satisfaction and customer loyalty, and three exogenous variables, namely product quality, price and brand image. The data collection used in this study is a questionnaire method. In this study, using a sample consisting of 125 respondents with a purposive sampling technique, namely students of the Faculty of Economics and Business Management Study Program 2016 - 2017 Muria Kudus University who used Samsung brand smartphones for 1 year and had purchased Samsung smartphone products 2 times.

Data analysis used (SEM) Structural Equation Modeling which is operated through the AMOS program. The results showed that product quality, price and brand image had a positive and significant effect on consumer satisfaction and consumer loyalty, and product quality, price and brand image had a positive and significant effect on consumer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: *product quality, price, brand image, customer satisfaction and customer loyalty.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	10
1.3. Perumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Kualitas Produk.....	14
2.2. Harga	18
2.3. Citra Merek.....	24
2.4. Kepuasan Konsumen.....	29
2.5. Loyalitas Konsumen.....	33
2.6. Penelitian Terdahulu.....	39
2.7. Pengaruh Antar Variabel	41
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	46
2.9. Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	50

3.2. Populasi dan Sampel.....	56
3.3. Jenis Data dan Sumber Data	58
3.4. Metode Pengumpulan Data	60
3.5. Pengolahan Data.....	61
3.6. Uji Instrumen.....	63
3.7. Teknik Analisis Data	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	71
4.2. Deskripsi Responden	75
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	77
4.4. Analisis Data	81
4.5. Analisis Konfirmatori Full Model.....	92
4.6. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	94
4.7. Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total..	98
4.8. Pembahasan.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1. Kesimpulan.....	112
5.2. Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Hasil Pengujian <i>Contract Reliability</i> Dan <i>Variance Extracted</i>	62
Tabel 3.2. <i>Goodness of Fit Indices</i>	71
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Angkatan	76
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	76
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	77
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel Harga.....	78
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	79
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	80
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen	80
Tabel 4.9. <i>Standarized Regression Weight</i> Eksogen	82
Tabel 4.10. <i>Standarized Regression Weight</i> Endogen	84
Tabel 4.11. <i>Standarized Regression Weight</i> Eksogen setelah Perbaikan Model	85
Tabel 4.12. <i>Standarized Regression Weight</i> Endogen setelah Perbaikan Model	87
Tabel 4.13. Uji Normalitas Data	89
Tabel 4.14. Mahalanobis d – squared	90
Tabel 4.15. Hasil Pengujian <i>Contract Reliability</i> dan <i>Variance</i> <i>Extracted</i>	91
Tabel 4.16. Uji Full Model <i>Goodness of Fit SEM</i>	93
Tabel 4.17. Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i>	94
Tabel 4.18. Tabel <i>Regression Weights</i>	95
Tabel 4.19. Hasil Pengujian Hipotesis	95
Tabel 4.22. Pengaruh Langsung Variabel Laten	99
Tabel 4.21. Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten	100
Tabel 4.22. Pengaruh Total antar Variabel Laten	100

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Laporan Penjualan Smartphone di Indonesia Q2 2019	4
Gambar 1.2. Data Penjualan Smartphone Samsung Tahun 2014-2019 ...	5
Gambar 2.1. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Smartphone Merek Samsung Dan Berdampak Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Tahun 2016-2017 Universitas Muria Kudus)	47
Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model	82
Gambar 4.2. Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model	83
Gambar 4.3. Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model	85
Gambar 4.4. Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah Perbaikan Model	86
Gambar 4.5. Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen	88
Gambar 4.6. Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM)	92

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 3. Frekuensi Data
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Analisis Data

