



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, MEDIA
SOSIAL DAN INFLUENCER TERHADAP CITRA MEREK PADA TOKO
3SECOND FAMILY STORE KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

DEFA YASIKHA RAHMAN

NIM : 202011627

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, MEDIA
SOSIAL DAN INFLUENCER TERHADAP CITRA MEREK PADA TOKO
3SECOND FAMILY STORE KUDUS**

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

Oleh :

DEFA YASIKHA RAHMAN

2020-11-627

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, MEDIA
SOSIAL DAN INFLUENCER TERHADAP CITRA MEREK PADA TOKO
3SECOND FAMILY STORE KUDUS**

Nama : Defa Yasikha Rahman
NIM : 202011627
Program Studi : Manajemen

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

Kudus

Pembimbing I



(Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.)
NIDN. 0630098401

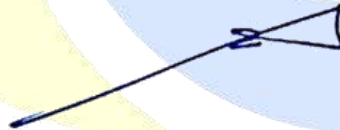
Pembimbing II



(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K)
NIDN. 0610019601

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, MEDIA
SOSIAL DAN INFLUENCER TERHADAP CITRA MEREK PADA TOKO
3SECOND FAMILY STORE KUDUS**

Nama : Defa Yasikha Rahman
NIM : 202011627
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,.....

Mengetahui,
Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I


(Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.)
NIDN. 0630098401

Mengetahui,
Dekan



(Dr. Ketati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K)
NIDN. 0610019601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (Q.S. Ar Rad:11)

PERSEMBAHAN :

1. Kedua orang tuaku yang tercinta, Alm Bpk Ali Mahtum dan Ibu Dinna Amriyati yang sudah mengorbankan segala urusannya dan mendukung penuh kepada saya.
2. Kakak dan Adik saya tercinta, yang sudah mendukung saya sampai sekarang yang membuat motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen pembimbing saya, Ibu Dina Lusianti dan Bapak Rozaq M Yasin yang selalu membimbing saya dengan penuh kesabaran.
4. Partner spesial, Molex Maisari Latansa yang selalu membantu, menemani dan memberi motivasi dalam hal positif.
5. Sahabatku, Nadia Na’afianti dan Intan Permatasari yang selalu memberikan semangat dan mengajari.
6. Almamater UMK yang sudah memberikan tempat mendapatkan ilmu.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjat puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, taufik dan hidayah-nya. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Media Sosial Dan Influencer Terhadap Citra Merek Pada Toko 3Second Family Store Kudus. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Prodi Manajemen. Banyak dukungan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis dengan penuh hormat mengucapkan terimakasih dan mendoakan semoga Allah memberikan balasan terbaik kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dina Lusianti, S.E., MM., A.A.K. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan, maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
5. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan, maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.

6. Seluruh Bapak Ibu dosen dan staff program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan pelayanannya selama penulis menimba ilmu di Universitas Muria Kudus.
7. Bapak Radit selaku Manager 3Second Family Store Kudus yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian skripsi.
8. Alm Bpk Ali Mahtum dan Ibu Dinna Amriyati yang saya cintai, beliau adalah orang tua yang telah mendidik saya dan selalu memberikan, semangat, motivasi serta do'a yang selalu di ucapkan pada waktu sholat dan pada waktu dimanapun, sehingga penulis termotivasi menyelesaikan skripsi sehingga menjadi sarjana. Tanpa dukungan dan do'a beliau penulis tidak akan bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih kedua orang tuaku, I love you and you are the best.
9. Kakak saya Lailun Nifal Fahmi, Aldea Maulida Achsa dan adik saya Ramandhani Kamidia Radisti, terimakasih sudah berusaha memberikan dukungan dan semangat dalam menyusun untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada seseorang wanita yang cantik tak kalah penting kehadirannya, Molex Maisari Latansa, sebagai partner skripsi penulis yang bersedia mendengarkan keluh kesah, selalu menjadi *support system* selama proses penyelesaian skripsi. Terimakasih telah menjadi wanita yang berguna dalam hidup saya yang selalu mengingatkan dan menemani bimbingan, berkontribusi banyak dalam penyelesaian skripsi ini, memberikan masukan, pikiran, materi, dukungan, semangat maupun bantuan dan senantiasa sabar menghadapi saya agar selalu berkomitmen untuk penyelesaian skripsi ini.

11. Sahabatku seperjuangan (Nadia Na'afianti & Intan Permatasari), atas kerjasamanya selama penyelesaian skripsi serta saling mengajari dan selalu memberikan semangat.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu, yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil skripsi ini jauh dari kata sempurna, masih banyak kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap dapat diberikan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpah balasan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kudus, 2024
Penulis,

Defa Yasikha Rahman
NIM 202011627

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, MEDIA
SOSIAL DAN INFLUENCER TERHADAP CITRA MEREK PADA TOKO
3SECOND FAMILY STORE KUDUS**

Oleh :

Defa Yasikha Rahman

202011627

Pembimbing 1. Dina Lusianti, S.E., MM., A.A.K.

2. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan, persepsi harga, media sosial dan *influencer* terhadap citra merek pada toko 3Second Family Store Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan 3Second yang membeli di 3Second Family Store Kudus. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 165 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda menggunakan *software* SPSS Versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, media sosial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap citra merek, *influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. Kualitas pelayanan, persepsi harga, media sosial, *influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek.

Kata kunci: kualitas pelaynan, persepsi harga, media sosial, *influencer*, citra merek

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTIONS,
SOCIAL MEDIA AND INFLUENCERS ON BRAND IMAGE AT 3SECOND
FAMILY STORE KUDUS**

By :

Defa Yasikha Rahman

202011627

Advisor: 1. Dina Lusianti, S.E., MM., A.A.K.

2. Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

MANAGEMENT STUDY PROGRAM

ABSTRACTION

This research aims to analyze service quality, perception of price, social media and influencers on brand image at the 3Second Family Store Kudus. The population in this study were all 3Second customers who purchased at 3Second Family Store Kudus. The number of samples in this study was 165 respondents. The sampling technique uses non-probability sampling. The data analysis method used is multiple regression analysis using SPSS Version 25 software. The results of this study show that service quality has a positive and significant effect on brand image, price perception has a positive and significant effect on brand image, social media has a positive and insignificant effect on brand image, influencers have a positive and significant influence on brand image. Service quality, price perception, social media, influencers have a positive and significant effect on brand image.

Keywords: service quality, price perception, social media, influencers, brand image

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACTION</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Teori Merek	13
2.2 Citra Merek.....	14
2.3 Kualitas Pelayanan	18
2.4 Persepsi Harga	20
2.5 Media Sosial	22
2.6 <i>Influencer</i>	25
2.7 Pengaruh Antar Variabel.....	26
2.8 Penelitian Terdahulu	29
2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
2.10 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34

3.1	Rancangan Penelitian	34
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	34
3.3	Jenis dan Sumber Data	39
3.4	Populasi dan Sampel	40
3.5	Pengumpulan Data	41
3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	42
3.7	Pengolahan Data.....	43
3.8	Analisis Data	44
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN		49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.2	Penyajian Data.....	50
4.3	Uji Instrumen Data	60
4.4	Analisis Data	63
4.5	Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN & SARAN		76
5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN.....		86

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Review Keluhan Konsumen.....	3
Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Produk.....	6
Tabel 1. 3 Pesaing 3Second di Media Sosial.....	8
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian	54
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan	55
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Persepsi Harga.....	56
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Media Sosial.....	57
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif <i>Influncer</i>	58
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Citra Merek	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi	66
Tabel 4. 17 Hasil Uji T	68
Tabel 4. 18 Hasil Uji F	70
Tabel 4. 19 Hasil Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Ulasan Review Pelayanan 3Second Family Store Kudus	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	32

