



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
SERTA DAMPAK PADA LOYALITAS KONSUMEN PADA
KONSUMEN PRODUK SAMSUNG DI WILAYAH KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

AYU ATIKASARI

NIM. 201811475

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
SERTA DAMPAK PADA LOYALITAS KONSUMEN PADA
KONSUMEN PRODUK SAMSUNG DI WILAYAH KUDUS**

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

Oleh :

AYU ATIKASARI

NIM. 201811475

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

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAK
PADA LOYALITAS KONSUMEN PADA KONSUMEN PRODUK**

SAMSUNG DI WILAYAH KUDUS

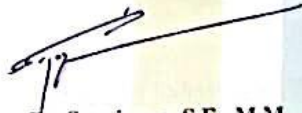
Nama : Ayu Atikasari
NIM : 201811475
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 06/03/2025

Pembimbing I


Dr. Supriyono, S.E., M.M.
NIDN. 0614037104

Pembimbing II


Mira Meilia Marka, S.E., M.M
NIDN. 0606058801

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen


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

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAK
PADA LOYALITAS KONSUMEN PADA KONSUMEN PRODUK
SAMSUNG DI WILAYAH KUDUS**

Nama : Ayu Atikasari
NIM : 201811475
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 06/03/2025

Mengetahui
Ketua Program Studi



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

Pembimbing I



Dr. Supriyono, S.E., M.M.
NIDN. 0614037104

Mengetahui.
Dekan



Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



Mira Meilia Marka, S.E., M.M.
NIDN. 0606058801

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Jadilah baik. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”

(QS. Al-Baqarah: 195)

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Kedua orangtua tercinta terimakasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasehat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.

Keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terimakasih untuk doa, nasehat, masukan dan semangatnya selama ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampak pada Loyalitas Konsumen pada Konsumen Produk Samsung di Wilayah Kudus”**. Ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih 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. Dr. Supriyono, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan Mira Meilia Marka, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan selama menjalani masa studi.
5. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah

memberikan ilmu yang tak ternilai harganya, masukan, pemikiran dan tenaga selama proses pembelajaran yang dapat menambah wawasan bagi penulis.

6. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan terimakasih selalu membantuku dalam semua pengerjaan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Kudus, 06/03/2025
Penulis,


AYU ATIKASARI
NIM. 201811475

PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAK PADA LOYALITAS KONSUMEN PADA KONSUMEN PRODUK SAMSUNG DI WILAYAH KUDUS

AYU ATIKASARI

NIM. 201811475

Pembimbing : 1. Dr. Supriyono, S.E., M.M.
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen serta dampak pada loyalitas konsumen pada konsumen produk Samsung di Wilayah Kudus. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel adalah 140 konsumen pengguna Samsung di Kudus dan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan SEM AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Samsung di Kudus. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Samsung di Kudus. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Samsung di Kudus. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk Samsung di Kudus. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk Samsung di Kudus. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk Samsung di Kudus. Kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen produk Samsung di Kudus. Kepuasan konsumen memediasi pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen produk Samsung di Kudus. Kepuasan konsumen memediasi pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen produk Samsung di Kudus. Kepuasan konsumen memediasi pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen produk Samsung di Kudus.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen.

**THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, BRAND IMAGE, AND
PRODUCT QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AND THE IMPACT
ON CONSUMER LOYALTY OF SAMSUNG PRODUCT CONSUMERS IN
THE KUDUS REGION**

AYU ATIKASARI

NIM. 201811475

Lecturer : 1. Dr. Supriyono, S.E., M.M.
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M

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

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of price perception, brand image and product quality on consumer satisfaction as well as the impact on consumer loyalty among consumers of Samsung products in the Kudus Region. The approach in this research uses a quantitative approach. The sample was 140 Samsung consumers in Kudus and sampling used a purposive sampling method. The data collection technique in this research is a questionnaire. The data analysis technique uses SEM AMOS. The research results show that price perception has a positive and significant effect on consumer satisfaction for Samsung products in Kudus. Brand image has a positive and significant effect on consumer satisfaction for Samsung products in Kudus. Product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction for Samsung products in Kudus. Price perception has a positive and significant effect on consumer loyalty for Samsung products in Kudus. Brand image has a positive and significant effect on consumer loyalty for Samsung products in Kudus. Product quality has a positive and significant effect on consumer loyalty for Samsung products in Kudus. Consumer satisfaction does not have a significant effect on consumer loyalty for Samsung products in Kudus. Consumer satisfaction mediates the influence of price perception on consumer loyalty for Samsung products in Kudus. Consumer satisfaction mediates the influence of price perception on consumer loyalty for Samsung products in Kudus. Consumer satisfaction mediates the influence of price perception on consumer loyalty for Samsung products in Kudus.

Keywords: Price Perception, Brand Image, Product Quality, Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.	10
1.5 Manfaat penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Persepsi Harga	13
2.1.1 Pengertian Persepsi Harga.....	13
2.1.2 Indikator Persepsi Harga	15
2.2 Citra Merek	18
2.2.1 Pengertian Citra Merek	18
2.2.2 Indikator Citra Merek.....	19
2.3 Kualitas Produk.....	21
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	21
2.3.2 Indikator Kualitas Produk	23

2.4	Kepuasan Konsumen	26
2.4.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	26
2.4.2	Indikator Kepuasan Konsumen	28
2.5	Loyalitas Konsumen	30
2.5.1	Pengertian Loyalitas Konsumen	30
2.5.2	Indikator Loyalitas Konsumen	32
2.6	Pengaruh Antar Variabel.....	34
2.6.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	34
2.6.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	34
2.6.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	35
2.6.4	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen.....	36
2.6.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	37
2.6.6	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.....	38
2.6.7	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	38
2.7	Penelitian Terdahulu	40
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis	43
2.9	Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN.....		46
3.1	Rancangan Penelitian.....	46
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	47
3.2.1	Variabel Penelitian	47
3.2.2	Definisi Operasional.....	48
3.3	Populasi dan Sampel	52
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	53
3.4.1	Data Primer	53
3.4.2	Data Sekunder	53
3.5	Pengumpulan Data	54
3.6	Uji Instrumen	54
3.6.1	Uji Validitas	54
3.6.2	Uji Reliabilitas	56

3.7	Pengolahan Data	56
3.8	Teknik Analisis Data.....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		67
4.1	Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	67
4.2	Penyajian Data	68
4.2.1	Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.2.2	Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan	69
4.2.3	Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.3	Statistik Deskriptif	70
4.3.1	Variabel Persepsi Harga (X_1).....	70
4.3.2	Variabel Citra Merek (X_2).....	71
4.3.4	Variabel Kepuasan Konsumen (Y_1).....	73
4.3.5	Variabel Loyalitas Konsumen (Y_2).....	74
4.4	Uji Instrumen	74
4.4.1	Uji Validitas	75
4.4.2	Uji Reliabilitas	76
4.5	Evaluasi atas Asumsi-asumsi SEM.....	77
4.5.1	Uji Normalitas	77
4.5.2	Uji <i>Outlier</i>	78
4.6	Uji Eksogen.....	79
4.7	Uji Endogen	81
4.8	Uji <i>Full Measurement</i>	82
4.9	Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	84
4.9.1	Model Fit.....	84
4.9.2	Analisis Squared Multiple Correlation	86
4.9.3	Analisis Standardized Regression Weights.....	87
4.9.4	Uji Hipotesis	88
4.9.5	Analisis Mediasi.....	91
4.10	Pembahasan.....	92
4.10.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk Samsung di Kudus.....	92

4.10.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk Samsung di Kudus.....	93
4.10.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Samsung di Kudus.....	94
4.10.4	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen Produk Samsung di Kudus.....	95
4.10.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Produk Samsung di Kudus.....	96
4.10.6	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Samsung di Kudus.....	97
4.10.7	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Produk Samsung di Kudus	98
4.10.8	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Produk Samsung di Kudus	99
4.10.9	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Produk Samsung di Kudus	100
4.10.10	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Produk Samsung di Kudus	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		103
5.1	Kesimpulan	103
5.2	Saran	105
DAFTAR PUSTAKA		107

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i>	4
Tabel 1.2 Harga Produk Smartphone di Indonesia	5
Tabel 3.1 Uji Goodness of Fit	65
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan	69
Tabel 4.4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X_1)	71
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek (X_2).....	72
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_3)	72
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y_1)	73
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen (Y_2)	74
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Discriminant Validity	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Outlier</i>	79
Tabel 4.15 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> Uji Eksogen	80
Tabel 4.16 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> Uji Endogen	82
Tabel 4.17 Hasil Kriteria Goodness of Fit Index Full Measurement	83
Tabel 4.18 Hasil Kriteria Goodness of Fit Index Full Model	85
Tabel 4.19 Hasil Analisis Squared Multiple Correlation	86
Tabel 4.20 Hasil Analisis <i>Standardized Regression Weights</i>	87
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis	89
Tabel 4.22 Hasil Analisis Mediasi	91

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Pengguna Smartphone di Indonesia Tahun 2024	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Teoritis.....	44
Gambar 4.1 Logo Samsung.....	68
Gambar 4.2 Hasil <i>Output</i> Uji Eksogen	80
Gambar 4.3 Hasil <i>Output</i> Uji Endogen.....	81
Gambar 4.4 Hasil Output Full Measurement	83
Gambar 4.5 <i>Full Model</i>	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuesioner Penelitian	113
Lampiran	2	Hasil Data Responden	117
Lampiran	3	Hasil Kuesioner Penelitian	122
Lampiran	4	Hasil Uji Instrumen	143
Lampiran	5	Hasil Analisis Data	152