



**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, LABEL  
HALAL, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA KONSUMEN MI SAMYANG DI KUDUS)**

**Skripsi**

Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

**NIKEN CHIKA AISYA AUDIKA**

NIM. 202111164

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



**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, LABEL  
HALAL, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA KONSUMEN MI SAMYANG DI KUDUS)**

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

Oleh:

**NIKEN CHIKA AISYA AUDIKA**

NIM. 202111164

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

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, LABEL HALAL, DAN  
KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA KONSUMEN MI SAMYANG DI KUDUS)**

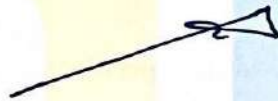
Nama : Niken Chika Aisya Audika  
NIM : 2021-11-164  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 7 Maret 2025

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



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

Menyetujui,  
Pembimbing



**(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)**  
NIDN. 0628048702

Mengetahui,  
Dekan



**(Dr. Kenvat Sumekar, S.E., M.M)**  
NIDN. 0616077304

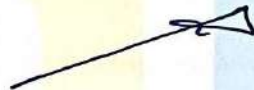
**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, LABEL HALAL, DAN  
KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA KONSUMEN MI SAMYANG DI KUDUS)**

Nama : Niken Chika Aisya Audika  
NIM : 2021-11-164  
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 7 Maret 2025

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



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

Menyetujui,  
Pembimbing



**(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)**  
NIDN. 0628048702

Mengetahui,  
Dekan


**(Dr. Kurniati Sumekar, S.E., M.M)**  
NIDN. 0616077304

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat”

(QS. Al-Mujadilah: 11)

“Tak ada perjuangan yang lebih indah selain mempersembahkan keberhasilan ini untuk orang tua tercinta”

*“Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release.*

*What I mean by that is, knowing what things to keep, and what things to release.*

*You can't carry all things”*

(Taylor Swift)

### **Skripsi ini saya persembahkan kepada:**

1. Penghargaan dan penghormatan tertinggi saya berikan kepada kedua orang tua saya Ayahanda Ali Musafak dan Ibunda Lilik Lutfiatun, yang telah memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan tanpa henti sepanjang perjalanan hidup saya. Kalian adalah kekuatan utama saya, yang selalu mendampingi dengan cinta, memberi semangat di saat saya lelah, dan menjadi sumber inspirasi tak terbatas. Tidak hanya secara materi, namun juga dengan pengorbanan dan ketulusan yang tiada banding. Setiap langkah saya adalah wujud dari doa dan harapan kalian. Saya ingin kalian tahu, bahwa setiap tetes perjuangan ini adalah untuk membanggakan

kalian, karena kalianlah yang membuat saya menjadi pribadi yang kuat dan tegar. Terima kasih atas segala pengorbanan dan cinta yang telah kalian berikan tanpa pamrih.

2. Kepada kakak tercinta Az Zahra Alfa Recha, yang selalu memberikan semangat, doa, dan motivasi di setiap tantangan yang saya hadapi. Terima kasih atas perhatian dan dukungan yang selalu hadir dalam setiap momen sulit maupun bahagia.
3. Kepada seluruh keluarga besar, yang telah memberikan dukungan tanpa henti dan doa yang menguatkan. Kalian adalah pilar kehidupan saya yang selalu memberi semangat dan kekuatan, serta menjadi alasan saya untuk terus berusaha menjadi yang terbaik.
4. Kepada sahabat terbaik saya Hanaul, Agista, Nabila, Risma, Dika, dan Ira yang selalu membantu, menemani, memberikan semangat, kebersamaan, serta keceriaan di sepanjang perjalanan perkuliahan dan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi sahabat yang selalu ada, tidak hanya di saat-saat suka, tetapi juga saat-saat sulit yang penuh tantangan.
5. Kepada Firas Suhail yang telah mendukung, mendampingi, dan membantu saya dalam setiap tahapan pengerjaan skripsi ini. Baik secara langsung maupun tidak langsung, setiap bantuan, perhatian, dan doa sangat berarti bagi saya. Terima kasih atas segala dukungan yang telah diberikan, baik itu dalam bentuk waktu, tenaga, maupun semangat.
6. Kepada sahabat tercinta dan terbaikku sejak SMP Dini, Izza, dan Dhila terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidupku. Persahabatan

kita telah melewati waktu, tumbuh bersama, dan tetap erat hingga kini. Skripsi ini juga untuk kalian, sebagai bukti bahwa mimpi yang dulu kita bicarakan perlahan menjadi nyata.

7. Kepada diri sendiri, yang telah berusaha dengan penuh ketekunan, kegigihan, dan dedikasi untuk mewujudkan impian ini. Meskipun perjalanan ini penuh dengan tantangan dan air mata, saya tetap bertahan. Semua usaha dan perjuangan ini saya dedikasikan untuk orang tua dan orang-orang tercinta, sebagai wujud rasa terima kasih dan cinta yang tak terhingga. Semoga ini menjadi kebanggaan bagi mereka dan sebagai motivasi untuk terus berjuang.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Label Halal, dan Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Mi Samyang Di Kudus)"**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Strata Satu di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., Dosen Pembimbing, yang dengan penuh kesabaran memberikan waktu, bimbingan, dan arahan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus, atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama masa studi.

6. Orang tua dan keluarga tercinta, atas doa, dukungan, dan perhatian yang tanpa henti memberikan semangat kepada penulis.
7. Teman-teman yang senantiasa memberikan motivasi, bantuan, dan semangat selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu tetapi telah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki karya ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan yang berharga bagi para pembaca.

Kudus, Januari 2025  
Penulis

**Niken Chika Aisya Audika**  
NIM. 202111164

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, LABEL HALAL, DAN  
KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA KONSUMEN MI SAMYANG DI KUDUS)**

Niken Chika Aisya Audika  
NIM. 2021-11-164

Dosen Pembimbing : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

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

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis dampak citra merek, persepsi harga, label halal, dan kesadaran merek terhadap tingkat kepuasan konsumen Samyang di Kudus. Penelitian ini melibatkan 115 responden yang merupakan pengguna produk Samyang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, dan analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Uji yang dilakukan meliputi analisis statistik deskriptif, uji *measurement (outer model)*, *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, uji model struktural (*inner model*), dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Samyang di Kudus 2) persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Samyang di Kudus 3) label halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Samyang di Kudus 4) kesadaran merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Samyang di Kudus.

**Kata kunci:** citra merek, persepsi harga, label halal, kesadaran merek, kepuasan konsumen

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, HALAL LABEL,  
AND BRAND AWARENESS ON CONSUMER SATISFACTION  
(A STUDY ON MIE SAMYANG CONSUMERS IN KUDUS)***

Niken Chika Aisya Audika  
NIM. 2021-11-164

*Advisor* : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

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

***ABSTRACT***

*This study aims to testing and analyzing the impact of brand image, price perception, halal label, and brand awareness on the level of consumer satisfaction of Samyang in Kudus. This study involved 115 respondents who were users of Samyang products. Data collection was carried out through questionnaires, and data analysis was carried out using SmartPLS software version 4. The tests carried out include descriptive statistical analysis, measurement tests (outer model), convergent validity, discriminant validity, composite reliability, structural model tests (inner model), and hypothesis testing. The results of the study indicate that: 1) brand image has a positive and significant effect on consumer satisfaction of Samyang in Kudus 2) price perception has a positive and significant effect on consumer satisfaction of Samyang in Kudus 3) halal label has a positive and significant effect on consumer satisfaction of Samyang in Kudus 4) brand awareness has a positive and significant effect on consumer satisfaction of Samyang in Kudus.*

***Keywords:*** *brand image, price perception, halal label, brand awareness, consumer satisfaction*

## DAFTAR ISI

|                                                                | Halaman                             |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| HALAMAN SAMPUL .....                                           | i                                   |
| HALAMAN JUDUL .....                                            | i                                   |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....                                    | iv                                  |
| KATA PENGANTAR .....                                           | vii                                 |
| ABSTRAK .....                                                  | ix                                  |
| ABSTRACT .....                                                 | x                                   |
| DAFTAR ISI .....                                               | xi                                  |
| DAFTAR TABEL .....                                             | xiv                                 |
| DAFTAR GAMBAR .....                                            | xv                                  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                          | xvi                                 |
| 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 .....                                  | 13                                  |
| 2.1 Landasan Teori .....                                       | 13                                  |
| 2.1.1 Perilaku Konsumen .....                                  | 13                                  |
| 2.1.2 Citra Merek .....                                        | 19                                  |
| 2.1.3 Persepsi Harga .....                                     | 22                                  |
| 2.1.4 Label Halal .....                                        | 24                                  |
| 2.1.5 Kesadaran Merek .....                                    | 27                                  |
| 2.1.6 Kepuasan Konsumen .....                                  | 30                                  |
| 2.2 Pengaruh Antar Variabel .....                              | 33                                  |
| 2.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen .....    | 33                                  |
| 2.2.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ..... | 34                                  |

|                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.3 Pengaruh Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen .....                    | 35        |
| 2.2.4 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Konsumen .....                | 36        |
| 2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....                                        | 37        |
| 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....                                          | 39        |
| 2.5 Hipotesis Penelitian .....                                                 | 41        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                                      | <b>42</b> |
| 3.1 Rancangan Penelitian.....                                                  | 42        |
| 3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....                | 43        |
| 3.2.1 Variabel Penelitian .....                                                | 43        |
| 3.2.2 Definisi Operasional Variabel .....                                      | 44        |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data.....                                                 | 46        |
| 3.3.1 Jenis Data.....                                                          | 46        |
| 3.3.2 Sumber Data .....                                                        | 47        |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....                                                  | 47        |
| 3.4.1 Populasi .....                                                           | 47        |
| 3.4.2 Sampel .....                                                             | 47        |
| 3.5 Pengumpulan Data .....                                                     | 49        |
| 3.6 Pengolahan Data .....                                                      | 49        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                       | <b>55</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....                                        | 55        |
| 4.2 Karakteristik Responden.....                                               | 57        |
| 4.2.1 Jenis Kelamin .....                                                      | 57        |
| 4.2.2 Usia Responden.....                                                      | 58        |
| 4.2.3 Pekerjaan Responden.....                                                 | 59        |
| 4.3 Penyajian Data .....                                                       | 61        |
| 4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek ( $X_1$ ).....         | 61        |
| 4.3.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Harga ( $X_2$ ).....      | 62        |
| 4.3.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Label Halal ( $X_3$ ) .....        | 63        |
| 4.3.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kesadaran Merek<br>( $X_4$ ) ..... | 64        |
| 4.3.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan                           |           |

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Konsumen (Y) .....                                              | 65 |
| 4.4 Analisis Data .....                                         | 66 |
| 4.4.1 Analisis Statistik Deskriptif .....                       | 66 |
| 4.4.2 <i>Uji Measurement (Outer Model)</i> .....                | 68 |
| 4.4.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....             | 74 |
| 4.4.4 Uji Hipotesis .....                                       | 76 |
| 4.5 Pembahasan .....                                            | 78 |
| 4.5.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen .....     | 78 |
| 4.5.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen .....  | 80 |
| 4.5.3 Pengaruh Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen .....     | 81 |
| 4.5.4 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Kepuasan Konsumen ..... | 83 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....                                | 85 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                            | 85 |
| 5.2 Saran-saran .....                                           | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                            | 89 |
| LAMPIRAN .....                                                  | 94 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                          | Halaman |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1. 1      Tabel Perbandingan Harga Produk Mi Instan Korea Tahun<br>2023 .....      | 5       |
| Tabel 4. 1      Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                   | 57      |
| Tabel 4. 2      Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                           | 58      |
| Tabel 4. 3      Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                       | 59      |
| Tabel 4. 4      Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek ( $X_1$ ).....         | 61      |
| Tabel 4. 5      Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Harga ( $X_2$ ).....      | 62      |
| Tabel 4. 6      Tanggapan Responden terhadap Variabel Label Halal ( $X_3$ ) .....        | 63      |
| Tabel 4. 7      Tanggapan Responden terhadap Variabel Kesadaran Merek<br>( $X_4$ ) ..... | 64      |
| Tabel 4. 8      Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan<br>Konsumen (Y) .....     | 65      |
| Tabel 4. 9      Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....                           | 67      |
| Tabel 4. 10     Hasil Uji Validitas <i>Loading Factor</i> .....                          | 69      |
| Tabel 4. 11     Hasil Uji Validitas AVE.....                                             | 70      |
| Tabel 4. 12     Hasil Uji Validitas <i>Discriminant Validity</i> .....                   | 71      |
| Tabel 4. 13     Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> .....                     | 72      |
| Tabel 4. 14     Hasil Uji Reliabilitas <i>Composite Reliability</i> .....                | 73      |
| Tabel 4. 15     Uji Nilai <i>R-Square</i> .....                                          | 74      |
| Tabel 4. 16     Uji Nilai <i>Q-Square</i> .....                                          | 75      |
| Tabel 4. 17     Hasil Uji Hipotesis .....                                                | 77      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                   | Halaman |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1. 1 Urutan Negara dengan Konsumsi Mi Instan Terbesar Tahun 2023 .....     | 2       |
| Gambar 1. 2 Daftar Merek Mi Instan yang Paling Banyak Dikonsumsi Tahun 2023 ..... | 3       |
| Gambar 1. 3 Data Pendapatan Penjualan Samyang Tahun 2023.....                     | 7       |
| Gambar 1. 4 Review Konsumen Mi Samyang di Aplikasi TikTok .....                   | 9       |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....                                     | 40      |
| Gambar 4. 1 Produk Samyang .....                                                  | 55      |
| Gambar 4. 2 Hasil <i>Outer Model</i> .....                                        | 68      |
| Gambar 4. 3 Hasil <i>Inner Model</i> Uji Hipotesis .....                          | 76      |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                  | Halaman |
|--------------------------------------------------|---------|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....             | 95      |
| Lampiran 2 Tabulasi Karakteristik Responden..... | 101     |
| Lampiran 3 Tabulasi Tanggapan Responden.....     | 104     |
| Lampiran 4 <i>Output</i> SmartPLS Versi 4.....   | 113     |
| Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian.....           | 117     |

