



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
PROGDI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS**



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2017

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK SMARTPHONE
SAMSUNG TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI PROGDI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS
MURIA KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah ”

(HR.Turmudzi)

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kamu. Dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kamu. Allah Maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui” (Al-Baqarah: 216)

PERSEMBAHAN :

1. Kedua orang tuaku tercinta
2. Saudara-saudaraku tercinta
3. Teman-teman
4. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

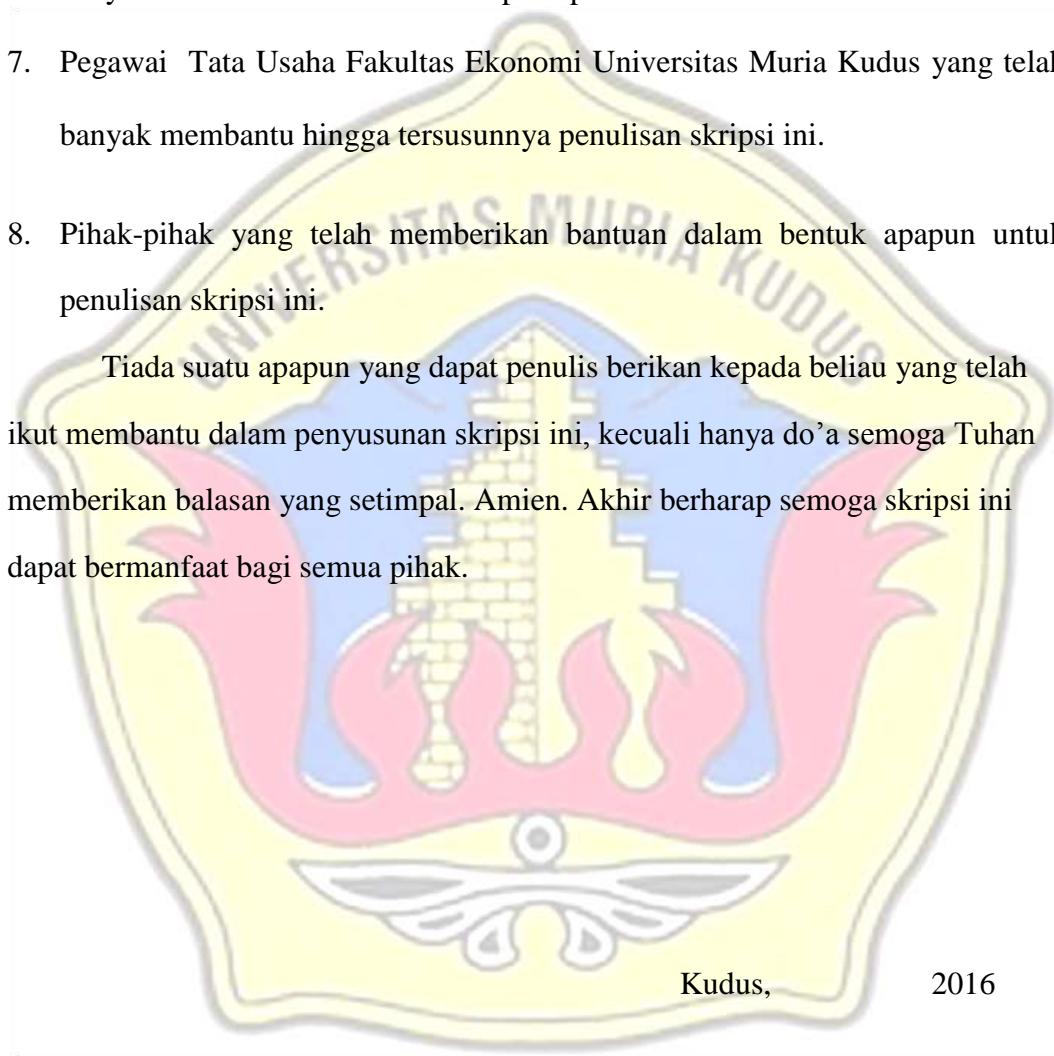
Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Perusahaan Kecap Cap Lele di Pati) Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Dr. Suparnyo, SH. MS, Selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus, yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
3. Noor Azis, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus, yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi
4. Drs. H. Masruri, MM selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaiannya penulisan skripsi ini.

5. Ratih Hesty Utami, SE. MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
7. Pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.
8. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk penulisan skripsi ini.

Tiada suatu apapun yang dapat penulis berikan kepada beliau yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, kecuali hanya do'a semoga Tuhan memberikan balasan yang setimpal. Amien. Akhir berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



Kudus,

2016

Wahyudi Agung

***INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND SAMSUNG SMARTPHONE
PRODUCT QUALITY CUSTOMER SATISFACTION AT THE FACULTY OF
ECONOMICS PROGDI S1 MURIA KUDUS UNIVERSITY MANAGEMENT***

**Nama : Wahyudi Agung
Nim: 2012.11.212**

Pembimbing: 1. Drs. H. Masruri, MM.
2. Ratih Hesty Utami, SE. MM

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen citra merek dan kualitas produk, variabel dependen yaitu: kepuasan konsumen. Jenis dan sumber datanya meliputi data primer dan sekunder, sampelnya sebanyak 83 responden, pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, pengolahan datanya meliputi: *coding*, *editing* dan *tabulating* dan proses *input* dengan program komputer SPSS. Analisis datanya dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik, dan analisis validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik serta analisis regresi.

Berdasarkan hasil analisis data mengenai pengaruh variabel independen citra merek dan kualitas produk, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Ada pengaruh positif variabel citra merek dan kualitas produk. Berdasarkan hasil uji F, variabel independen citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci : citra merek, kualitas produk dan kepuasan konsumen

**INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND SAMSUNG SMARTPHONE
PRODUCT QUALITY CUSTOMER SATISFACTION AT THE FACULTY OF
ECONOMICS PROGDI S1 MURIA KUDUS UNIVERSITY MANAGEMENT**

**Nama : Wahyudi Agung
Nim: 2012.11.212**

Pembimbing: 1. Drs. H. Masruri, MM.
2. Ratih Hesty Utami, SE. MM

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

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of brand image and product quality to customer satisfaction. The variable in this study is the independent variable of brand image and product quality, the dependent variable is: customer satisfaction. The types and sources of data include primary and secondary data, the sample of 83 respondents, gathering data using questionnaires, data processing include: coding, editing and tabulating and input process with SPSS. Data analysis using descriptive analysis and statistical analysis, and analysis of the validity and reliability, the classic assumption test and regression analysis

Based on the analysis of data on the effect of the independent variable of brand image and product quality, it can be concluded as follows: There is a positive influence variables brand image and product quality. Based on the test results F, the independent variable of brand image and product quality positively and significantly.

Keywords: brand image, product quality and consumer satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
<i>DAFTAR TABEL</i>	xii
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup	3
1.3. Perumusan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Strategi Pemasaran.....	7
2.2. Citra Merek.....	11
2.3. Kualitas Produk.....	13
2.4. Kepuasan Konsumen.....	14
2.5. Penelitian Terdahulu	16

2.6. Kerangka Pemikiran	19
2.7. Hipotesis	20
BAB.III. METODE PENELITIAN	21
3.1. Rancangan Penelitian	21
3.2. Variabel penelitian.....	21
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	23
3.4. Populasi dan Sampel.....	24
3.5. Pengumpulan Data.....	25
3.6. Pengolahan Data.....	27
3.7. Analisis Data.....	28
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	32
4.2. Penyajian data.....	39
4.2.1. Uji validitas dan reliabilitas.....	39
4.3. Analisis Data.....	44
4.4. Pembahasan	49
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1. Kesimpulan	53
5.2. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Analisis validitas dan reliabilitas.....	40
Tabel 4.2. Frekuensi variabel citra merek	41
Tabel 4.3. Frekuensi variabel kualitas produk.....	42
Tabel 4.4. Frekuensi variabel kepuasan konsumen	43
Tabel 4.5. Karakteristik Responden	44
Tabel 4.6. Koefisien Standartdize beta	45
Tabel 4.7. Pengujian regresi parsial	46
Tabel 4.8. Pengujian hipotesis secara simultan	48
Tabel 4.9. Hasil Analisis uji diterminasi	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	19

