

**CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENGARUHNYA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAKANAN TRADISIONAL
BAKPIA PATHOK 25**

***BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND PROMOTION EFFECT ON
CUSTOMER SATISFACTION IN TRADITIONAL FOOD BAKPIA PATHOK 25***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

MUHAMMAD HARIYO SANJOYO

20120410341

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Hariyo Sanjoyo

Nomor mahasiswa : 20120410341

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAKANAN TRADISIONAL BAKPIA PATHOK 25”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustakan. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 30 April 2016

Muhammad Hariyo Sanjoyo

MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka, apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap

(QS. Al-Insyirah: 6-8)

Memulai dengan penuh keyakinan

Menjalankan dengan penuh keikhlasan

Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan

“Learn from the past, live for the today, and plan for tomorrow”

Belajarlh dari masa lalu, hiduplah di masa sekarang dan rencanakan untuk hari esok

“Wa man yattaqilaaha yaj’al lahuu makhrojaa wa yarzuqhu min haisu laa yahtasib.. wa man yattaqillaaha yaj’al lahu min amrihi yusroo.. wa man yattaqillaaha yukaffir ‘anhu sayyi-aatihii wa yu’dhim lahuu ajroo..”

Artinya : “Barangsiapa bertakwa pada Allah, maka Allah memberikan jalan keluar kepadanya dan memberi rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka.. Barangsiapa yang bertaqwa pada Allah, maka Allah jadikan urusannya menjadi mudah.. barangsiapa yang bertaqwa pada Allah akan dihapuskan dosa2nya dan mendapatkan pahala yang agung”

(QS. Ath-Thalaq: 2, 3, 4)“

PERSEMBAHAN

Seiring ungkapkan syukur kepada Allah SWT yang selalu membimbing hambanya untuk selalu bersyukur dan selalu berada di jalanNya serta ridho yang selalu diberikan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini, saya persembahkan karya ini kepada:

- 1. Untuk kedua orang tua saya yang tidak pernah lupa untuk selalu mendoakan anaknya agar menjadi anak yang sukses dan soleh.**
- 2. Untuk kedua orang tua saya yang selalu mendidik anaknya hingga sampai mendapat gelar Sarjana Ekonomi.**
- 3. Untuk kedua orang tua saya yang tidak ada hentinya untuk membiayai anaknya hingga sebesar ini.**
- 4. Untuk kedua orang tua saya yang selalu memberikan kasih sayang yang super untuk anaknya.**
- 5. Untuk kedua orang tua saya yang selalu memberikan nasehat motivasi.**
- 6. Untuk kedua orang tua saya yang telah memberikan segalanya yang dapat membuat anaknya menjadi seperti ini.**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Citra Merek.....	9
2. Kualitas Produk.....	15

3. Promosi.....	18
4. Kepuasan Konsumen.....	20
B. Penelitian Terdahulu.....	24
C. Perumusan Hipotesis.....	27
D. Model Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Objek Dan Subjek Penelitian.....	34
B. Jenis Data.....	34
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Definisi Operasional Variabel.....	36
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	39
G. Uji Asumsi Klasik.....	41
H. Analisis Regresi Berganda dan Uji Hipotesis.....	44
BAB VI HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian.....	49
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	53
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
D. Hasil Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	61
E. Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Keterbatasan Penelitian.....	76

C. Saran.....77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	53
4.4 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	54
4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	54
4.6 Hasil Uji Validitas Promosi.....	55
4.7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	55
4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
4.9 Hasil Uji Normalitas.....	58
4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	59
4.11 Hasil Uji F.....	63
4.12 Hasil Uji (R).....	64
4.13 Hasil Uji Nilai t.....	65

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Penelitian.....	31
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60