

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS PRODUK,
PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Pengguna Sepatu Merek Converse di Daerah Istimewa
Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PERCEPTION OF PRODUCT
QUALITY, PERCEPTION OF PRICE ON CONSUMER LOYALTY
THROUGH CONSUMER SATISFACTION AS AN INTERVENING
VARIABLE***

(Study of Converse Brand Shoe Users in the Special Region of Yogyakarta)



Naufal Labiba Wildan

20190410233

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS PRODUK,
PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Pengguna Sepatu Merek Converse di Daerah Istimewa
Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PERCEPTION OF PRODUCT
QUALITY, PERCEPTION OF PRICE ON CONSUMER LOYALTY
THROUGH CONSUMER SATISFACTION AS AN INTERVENING
VARIABLE***

(Study of Converse Brand Shoe Users in the Special Region of Yogyakarta)

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

Naufal Labiba Wildan

20190410233

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Naufal Labiba Wildan

Nomor Mahasiswa : 20190410233

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”** 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 Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 12 Februari 2024



Naufal Labiba Wildan

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, kesehatan, serta hidayah sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam waktu yang telah ditetapkan. Peneliti mengungkapkan rasa terima kasih atas doa dan dukungan yang diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini dipersembahkan kepada orang tua yaitu almarhum bapak Marzuki dan ibu Farida ulfah ma'rifah yang sudah senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moral maupun material, serta senantiasa selalu memberikan semangat dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti persembahkan juga kepada teman-teman yang selalu memberikan semangat serta berjuang bersama-sama hingga skripsi ini selesai, yaitu Raihan Aiman Daffa, Fauzan Basunjaya, Ami Dzulfahmi Khoirunisa', Difa Musaqif, Yunizar Nabel, dan Zulfa Amirul.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti, walaupun dengan keterbatasan yang dimiliki.

Peneliti menyadari dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan demikian peneliti mengucapkan terimakasih dengan setulus hati kepada pihak-pihak yang telah membimbing serta membantu peneliti selama penelitian skripsi ini, kepada:

1. Bapak Prof. Rizal yaya SE., M.Si., Ak. CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Hasnah Rimiati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta masukan.
4. Orang tua yang selalu memberikan doa serta dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik serta saran sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 12 Februari 2024



Naufal Labiba Wildan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat penelitian	7
BAB II	9
A. Landasan Teori	9
B. Kajian Penelitian terdahulu	14
C. Pengembangan Hipotesis	27
D. Model Penelitian	37
BAB III	38
A. Subjek dan Objek Penelitian	38
B. Jenis Data	38
C. Populasi dan Sampel	38
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Definisi Operasional	41
F. Uji Kualitas Instrument	42
G. Analisis Data	43
BAB IV	46

A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	46
B. Karakteristik Responden	47
C. Uji Kualitas Instrument	51
D. Analisis Data Uji Hipotesis	54
BAB V	87
A. Simpulan	87
B. Keterbatasan Penelitian	88
C. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index 2023 Kategori Sepatu Remaja.....	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 4.1 Usia Responden.....	47
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4.3 Domisili Responden	49
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	49
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	50
Tabel 4.6 Pendapatan Responden.....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.9 Interpretasi Kelas Interval	54
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	55
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk	56
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga	57
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	58
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Outliers.....	64
Tabel 4.17 Identifikasi Model Struktural.....	67
Tabel 4.18 Menilai Goodness of Fit.....	68
Tabel 4.19 Hasil RMSEA.....	68
Tabel 4.20 Hasil GFI.....	69
Tabel 4.21 Hasil AGFI	70
Tabel 4.22 Hasil CMIN/DF.....	70
Tabel 4.23 Hasil TLI	71
Tabel 4.24 Hasil CFI.....	72
Tabel 4.25 Hasil Pengujian Hipotesis	73
Tabel 4.26 Pengaruh Langsung	77
Tabel 4.27 Pengaruh Tidak Langsung.....	77
Tabel 4.28 Hasil Pengujian Hipotesis Mediasi.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	37
Gambar 4. 1 Logo Sepatu Converse	46
Gambar 4. 3 Diagram Jalur	60
Gambar 4. 4 Persamaan Struktural.....	61
Gambar 4. 5 Nilai Batas Mahalonobis Distance	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner penelitian.....	93
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner.....	97
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	125
Lampiran 4 Uji Validitas	134
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	135
Lampiran 6 Analisis Deskripsi	135
Lampiran 7 Model Penelitian.....	138
Lampiran 8 Identifikasi Model Struktural.....	138
Lampiran 9 Uji Normalitas Data.....	139
Lampiran 10 Uji Mahalonis	139
Lampiran 11 Uji Hipotesis	142
Lampiran 12 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	143
Lampiran 13 Uji Goodness of Fit.....	144
Lampiran 14 Hasil Turnitin.....	146