

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK SOMETHINC**

*THE INFLUENCE OF PERCEPTION OF PRODUCT QUALITY,
PERCEPTION OF PRICE, AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER
SATISFACTION AND LOYALTY OF SOMETHINC PRODUCTS*



Disusun oleh:

PRADHIYA KURNEN VIAWATI

20200410125

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

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama: Pradhiya Kurnen Viawati

Nim: 20200410125

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PRODUK SOMETHINC”** tidak pernah 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 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 atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 16 Agustus 2024



(Pradhiya Kurnen Viawati)

MOTTO

“Yakinlah, ada sesuatu yang menantimu setelah sekian banyak kesabaran (yang kamu jalani), sesuatu yang akan membuatmu terpana hingga akan lupa betapa pedihnya rasa sakit yang pernah kamu alami”

(Ali bin Abi Thalib)

Allah menceritakan jawaban Nabi Ya'qub kepada anak-anaknya. Dia (Ya'qub) menjawab, “Hanya kepada Allah aku mengadukan kesusahan dan kesedihanku. Aku mengetahui dari Allah apa yang tidak kamu ketahui.”

(Q.S Yusuf: 86)

“Jangan menilai saya dari kesuksesan, tetapi nilai saya dari seberapa sering saya jatuh dan berhasil bangkit Kembali”

(Nelson Mandela)

“Dan terhadap nikmat Tuhanmu hendaklah engkau nyatakan (dengan bersyukur)”

(Q.S Ad-Dhuha:11)

PERSEMBAHAN

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, kesabaran, rahmat dan hidayah, sehingga saya selaku penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat agar mendapatkan gelar sarjana yang diharapkan oleh saya dan kedua orang tua saya. Penulis menyadari sejauh ini skripsinya jauh dari kata sempurna, namun penulis merasa bangga dan sangat bersyukur telah mencapai di titik sekarang ini, yang akhirnya skripsi ini bisa diselesaikan di waktu yang diinginkan. Persembahkan dan rasa terimakasih saya ucapkan kepada:

1. Ibu saya Setyowati dan Bapak Agus Prasetyo, yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang baik secara moral maupun materi serta do'a tiada henti untuk penulis, dan selalu mengingatkan penulis untuk selalu menjaga sholatnya serta tiada berbentuk berdo'a, berusaha dan bersyukur.
2. Saudara kandung saya, Rizqulloh Bara Prasetyo yang telah memberi dorongan semangat agar cepat mendapatkan gelar sarjana dan do'a kepada penulis.
3. Teman-teman dekat penulis yang telah memberikan semangat, dorongan, masukan dan arahan kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT selaku Tuhan Yang Maha Esa atas kemudahan, rahmat, dan hidayahnya. Alhamdulillah robbil ‘alamin penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Produk Somethinc”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Prof. Rizal Yaya S.E., M.Sc, Ph.D., Ac CA., CRP. yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama menyelesaikan studi.
2. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, S., M.Si. yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi dan penelitian di jurusan Manajemen.
3. Ibu Dr. Retno Widowati Purnama Asri., M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan memberikan masukan dengan baik, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasehat, motivasi dan berbagai pengalaman kepada peneliti dengan penuh keikhlasan dan kesabaran selama penulis menyelesaikan karya tulis ini.

4. Bapak dan Ibu saya serta saudara-saudara saya yang senantiasa memberi dukungan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, do'a, nasihat dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi.

Akhir kata, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk memperdalam karya tulis dengan tema ini.

Yogyakarta, 9 September 2024



(Pradhiya Kurnen Viawati)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu.....	16
C. Pengembangan Hipotesis	26
D. Model Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	35
B. Jenis Data Penelitian	35
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel Penelitian	36

D.	Teknik Pengumpulan Data	38
E.	Definisi Operasional Variabel	38
F.	Uji Instrumen Data Penelitian	45
G.	Teknik Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis	46
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	53
B.	Uji Kualitas Instrumen	56
C.	Statistik Deskriptif.....	59
D.	Hasil Penelitian	63
E.	Pengujian Hipotesis	76
F.	Pembahasan	84
BAB V	94
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	94
A.	Simpulan.....	94
B.	Keterbatasan Penelitian	95
C.	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Model Penelitian	35
Gambar 4. 1 Diagram jalur	65
Gambar 4. 2 Persamaan sturktural.....	66
Gambar 4. 3 Nilai batas maksimum mahalonobis distance	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3 1 Indikator Operasional Variabel.....	43
Tabel 3 2 Skala Likert	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	56
Tabel 4. 2 Uji validitas	58
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 4 Kategori Penilaian.....	61
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk (PKP)	61
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi harga (PH)	62
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek (CM).....	62
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (KP)	63
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (LP)	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Outlier	70
Tabel 4. 12 Degrees of Freedom.....	74
Tabel 4. 13 Goodness of fit model	74
Tabel 4. 14 Pengaruh Langsung	77
Tabel 4. 15 Standarized Direct Effect.....	83
Tabel 4. 16 Standarized Indirect Effect.....	83