

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ATAS  
PEMAKAIAN OPPO SMARTPHONE**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Oppo *Smartphone*  
Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**YURIVA PUTRI ARIANI**

**NPM : 14420021**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2019**

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama : Yuriva Putri Ariani**

**NPM : 14420021**

**Alamat : Raya Dukuh Kupang 50-C Surabaya**

**Program Studi : Manajemen**

**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan **judul PENGARUH HARGA, CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ATAS PEMAKAIAN OPPO SMARTPHONE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENGGUNA OPPO SMARTPHONE DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)** adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 18 Desember 2018

Yang membuat pernyataan



Yuriva Putri Ariani

14420021

## SKRIPSI

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ATAS  
PEMAKAIAN OPPO SMARTPHONE  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENGGUNA OPPO SMARTPHONE  
DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA  
KUSUMA SURABAYA)

Diajukan Oleh :

YURIVA PUTRI ARIANI

NPM : 14420021

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING

NI KETUT YULIA A, SE, MM

Tanggal, 10 - 01 - 2019

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. SITI DJAMILAH, SE.,M.Si

Tanggal, 10 - 01 - 2019

## SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ATAS  
PEMAKAIAN OPPO SMARTPHONE  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA PENGGUNA OPPO SMARTPHONE  
DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA  
SURABAYA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**YURIVA PUTRI ARIANI**

NPM : 14420021

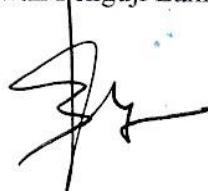
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



NI KETUT YULIA A, SE.,MM

Anggota Dewan Penguji Lain



BAMBANG SETYADARMA, SE.,M.Ak



MATHEOUS TAMONSANG, SE.,M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

Tanggal 10 - 01 - 2019



Dr. SITI DJAMILAH, SE.,M.Si

Ketua Program Studi

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho, dan hidayah-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Citra Merek (*Brand Image*) dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan atas pemakaian Oppo Smartphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Oppo Smartphone Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”**. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta fasilitas dari beberapa pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, peneliti dengan kerendahan hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Ec. Imam Karyadi, MM.,Ak.,CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Ibu Dr. Siji Djamila, SE.,M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Bapak Lestari, SE.,MM. Selaku Dosen Wali atas segala bimbingannya selama masa perkuliahan.
4. Ibu Ni Ketut Yulia Agustini, SE.,MM. Selaku Dosen Pembimbing atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

5. Seluruh Staf dan dosen Pengajar Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membekali ilmu selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta (Bapak dan Ibu) terima kasih atas kasih sayang, doa, nasihat, semangat dan dorongan atas dalam proses penyusunan skripsi.
7. Adekku tercinta (Bella) dan saudara-saudara yang selalu memberi dukungan doa, semangat selama proses penyusunan skripsi.
8. Achmad Andre Prasetyo, S.Kom terima kasih atas perhatian, semangat, dukungan, motivasi serta menemani penggeraan skripsi dari awal hingga akhir selama penyusunan skripsi.
9. Sahabat tercinta Huru-Hara Squad (Prischa Syaputri, S.M, Agnes Mega Arista Putri, S.M, Riya Anggraeni, S.M, Putri Listya Arinda, S.M, Nur Hidayati, S.M, Adiestya Novianti, S.M, dan Rizal Ramadhani) yang sudah menemani selama awal kuliah dan selalu memberi semangat, dukungan serta membantu sampai penyusunan skripsi.
10. Keluarga besar Manajemen F angkatan 2014 yang telah menjadi keluarga baru selama masa kuliah, serta teman-teman lainnya yang memberikan semangat dan dorongan yang tidak disebutkan satu per satu.

Akhir kata, semoga segala bantuan yang telah diberikan dalam penyusunan skripsi ini menjadi amal sholeh dan senantiasa mendapatkan Ridho Allah SWT. Sehingga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 18 Desember 2018

Yuriva Putri Ariani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN DEWAN PENGUJI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
INTISARI (ABSTRAK) .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Skripsi.....	9
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11

2.1.1.2 Konsep Pemasaran.....	13
2.1.1.3 Strategi Pemasaran.....	17
2.1.1.4 Bauran Pemasaran.....	18
2.1.1.4.1 Unsur – Unsur Bauran Pemasaran .....	21
2.1.2 Harga.....	22
2.1.2.1 Pengertian Harga.....	22
2.1.2.2 Indikator-Indikator Harga.....	24
2.1.2.3 Faktor-Faktor Pengaruh Keputusan Penetapan Harga ....	24
2.1.2.4 Tahap – Tahap Prosedur Penentuan Harga.....	26
2.1.2.5 Tujuan Penetapan Harga .....	26
2.1.2.6 Metode Penetapan Harga .....	27
2.1.2.7 Strategi Penetapan Harga.....	29
2.1.2.8 Menanggapi Perubahan Harga Pesaing.....	30
2.1.3 Merek .....	32
2.1.3.1 Pengertian Merek .....	32
2.1.3.2 Kriteria Merek .....	36
2.1.3.3 Penentuan Strategi Merek .....	37
2.1.4 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	38
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek .....	38
2.1.4.2 Indikator-Indikator Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	42

2.1.4.3 Keuntungan Citra merek .....	42
2.1.4.4 Komponen Citra Merek.....	43
2.1.4.5 Faktor-Faktor Citra Merek.....	45
2.1.4.6 Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek .....	45
2.1.4.7 Pengukuran Citra Merek .....	46
2.1.5 Produk .....	47
2.1.5.1 Konsep Produk .....	48
2.1.6 Kualitas Produk.....	48
2.1.6.1 Pengertian Kualitas Produk .....	48
2.1.6.2 Dimensi Kualitas Produk .....	50
2.1.6.3 Indikator-Indikatot Kualitas Produk.....	53
2.1.7 Kepuasan Pelanggan .....	53
2.1.7.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	53
2.1.7.2 Indikator-indikator Kepuasan Pelanggan.....	56
2.1.7.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	56
2.1.7.4 Atribut Pembentuk Kepuasan.....	58
2.1.7.5 Tipe-Tipe Kepuasan Pelanggan .....	59
2.1.7.6 Elemen Kepuasan Pelanggan .....	61
2.2 Hubungan Harga, Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) dan Kualitas Produk	
Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	62

2.2.1	Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
2.2.2	Hubungan Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) Terhadap kepuasan pelanggan .....	63
2.2.3	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	63
2.3	Penelitian Sebelumnya .....	64
2.4	Hipotesis Dan Model Analisis.....	66
2.4.1	Hipotesis.....	66
2.4.2	Model Analisis .....	66
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>.....</b>	<b>68</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	68
3.2	Populasi dan sampel .....	68
3.2.1	Populasi .....	68
3.2.2	Sampel.....	68
3.3	Identifikasi Variabel.....	69
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	70
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	72
3.5.1	Jenis Data .....	72
3.5.2	Sumber Data.....	73
3.6	Prosedur Pengumpulan Data .....	74
3.7	Teknik Analisis .....	75

3.7.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	75
3.7.1.1	Uji Validitas.....	75
3.7.1.2	Uji Realibilitas.....	76
3.7.2	Uji Asumsi Klasik .....	76
3.7.2.1	Uji Normalitas .....	76
3.7.2.2	Uji Multikolinieritas .....	77
3.7.2.3	Uji Auto Korelasi .....	77
3.7.2.4	Uji Heteroskedastisitas.....	78
3.7.3	Metode Analisis Regresi Berganda .....	78
3.7.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	79
3.7.5	Uji Hipotesis .....	80
3.7.5.1	Uji Simultan (Uji F).....	80
3.7.5.2	Uji Parsial (Uji t).....	81
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>84</b>	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	84
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	84
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	86
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian .....	86
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	86
4.2.2	Deskripsi mengenai variabel penelitian .....	89

4.3 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis .....	93
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	93
4.3.1.1 Uji Validitas.....	93
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	95
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	96
4.3.2.1 Uji Normalitas .....	96
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas .....	98
4.3.2.3 Uji Autokorelasi .....	99
4.3.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	100
4.3.3 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	102
4.3.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	105
4.3.5 Hasil Pengujian Hipotesis .....	106
4.3.5.1 Uji Hipotesis Pengaruh Simultan (Uji F).....	106
4.3.5.2 Uji Hipotesis Pengaruh Simultan (Uji t).....	108
4.4 Pembahasan .....	112
4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	113
4.4.2 Pengaruh Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	113
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	114

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>116</b>
5.1 Simpulan.....	116
5.2 Saran.....	116
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>119</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Data Penelitian Terdahulu.....	64
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	70
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	87
Tabel 4.2 Karakteristik Program Studi Responden.....	87
Tabel 4.3 Karakteristik Tahun Masuk Responden.....	88
Tabel 4.4 Karakteristik Menurut Produk Oppo <i>Smartphone</i> yang dimiliki responden.....	88
Tabel 4.5 Kategori Mean Masing-masing Variabel.....	89
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga ( $X_1$ ).....	90
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Merek ( $X_2$ ).....	90
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ).....	91
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	92
Tabel 4.10 Uji Validitas Masing-masing Variabel (Harga, Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) dan Kualitas Produk.....	94
Tabel 4.11 Uji Validitas Masing-masing Variabel (Kepuasan Pelanggan) .....	95
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	96
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	99
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi .....	100
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	101
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	103
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	105
Tabel 4.18 Hasil Analisis Uji F .....	106
Tabel 4.19 Hasil Analisis Uji t .....	108

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Perbedaan antara penjualan dan pemasaran .....	15
Gambar 2.2 Struktur Pemasaran .....	18
Gambar 2.3 Bauran Pemasaran .....	19
Gambar 2.4 Pendekatan Strategi pada Penentuan Harga .....	30
Gambar 2.5 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	55
Gambar 2.6 Model Analisis .....	67
Gambar 3.1 Kurva Distribusi Uji Simultan (Uji F) .....	81
Gambar 3.2 Kurva Distribusi Uji Parsial (Uji t) .....	83
Gambar 4.1 Histogram .....	97
Gambar 4.2 Normal Probability Plots.....	98
Gambar 4.3 Scatter Plot .....	101
Gambar 4.4 Hasil Analisis Uji F .....	107
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Harga ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	109
Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	110
Gambar 4.7 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Produk ( $X_3$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	111

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Lembar Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Output SPSS

Lampiran 3: Tabel Distribusi F dan t

Lampiran 4: Dokumentasi Foto

## **INTISARI (ABSTRAK)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga, citra merek (*brand image*) dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atas pemakaian Oppo *Smartphone* pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Variabel pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel independent yaitu harga, citra merek (*brand image*) dan kualitas produk serta satu variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Dalam hal ini pelanggan yang dimaksud adalah mahasiswa yang menggunakan Oppo *Smartphone*.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan Oppo *Smartphone* di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dan sampel dalam penelitian ini diperoleh sampel sebanyak 94 mahasiswa. Teknik dalam memperoleh data adalah dengan membagikan kuesioner yang telah disusun dengan baik. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung dengan mendatangi mahasiswa yang menggunakan Oppo *Smartphone*. Teknik analisis data dalam penelitian ini yang digunakan adalah analisis Regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, citra merek (*brand image*) dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** harga, citra merek (*brand image*), kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine whether price, brand image and product quality have an effect on customer satisfaction on the use of Oppo Smartphone for students at the faculty of economics and business at Wijaya Kusuma University Surabaya. The variables in this study consisted of three independent variables, namely price, brand image and product quality, and one dependent variable, customer satisfaction. In this case the intended customer is a student using Oppo Smartphone.*

*The population in this study were students who used Oppo Smartphone at the Faculty of Economics and business, University of Wijaya Kusuma Surabaya. And the sample in this study obtained a sample of 94 students. The technique for obtaining data is by distributing well-prepared questionnaires. The distribution of the questionnaire was done directly by visiting students using Oppo Smartphone. The data analysis technique in this study used is the analysis of multiple linear regression using the SPSS program. The results of this study indicate that price, brand image and product quality have a significant simultaneous and partial effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** *price, brand image, product quality and customer satisfaction.*