

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DAIHATSU SIGRA**

**(Studi Kasus *DAIHATSU SALES OPERATION*
JAKARTA UTARA)**

SKRIPSI

**ANUNG ANINDITA ATMAJA
21167000439**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DAIHATSU SIGRA**

**(Studi Kasus *DAIHATSU SALES OPERATION*
JAKARTA UTARA)**

SKRIPSI

**ANUNG ANINDITA ATMAJA
21167000439**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DAIHATSU SIGRA**

**(Studi Kasus *DAIHATSU SALES OPERATION*
JAKARTA UTARA)**

SKRIPSI

**ANUNG ANINDITA ATMAJA
21167000439**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAIHATSU SIGRA

(Studi Kasus DAIHATSU *SALES OPERATION* JAKARTA UTARA)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 16 September 2020

ANUNG ANINDITA ATMAJA
NPM. 21167000439

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAIHATSU SIGRA

**(Studi Kasus DAIHATSU SALES OPERATION
JAKARTA UTARA)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Rama Chandra, SE., ME. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

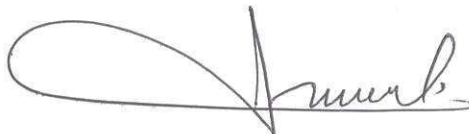
Jakarta, 16 September 2020

Menyetujui,
Pembimbing



Rama Chandra, SE., ME.

Mengetahui,
Kepala Prodi S-1 Manajemen



Drs. Sumitro, M.Sc.

HALAMAN PENGESAHAN

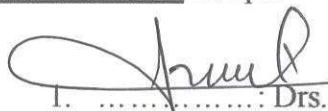



Skripsi dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAIHATSU SIGRA

(Studi Kasus *DAIHATSU SALES OPERATION* JAKARTA UTARA)

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta pada tanggal 16 September 2020 dengan nilai A.

Panitia Ujian Skripsi

1.  Drs. Sumitro, M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  Rama Chandra, SE., ME.
(Pembimbing)
3.  Drs. Jusuf Haryanto, M.Sc.
(Penguji I)
4.  Megayani, SE., MM.
(Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT. atas segala rahmat yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan penuh perjuangan. Tujuan dari penyusunan skripsi ini guna memenuhi sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Strata-1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE) Jakarta.

Di dalam penyusunan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu memberikan dukungan, bantuan, dan bimbingan terhadap proses pembuatan skripsi ini kepada:

1. Bapak Rama Chandra, SE., ME. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Jusuf Haryanto, M.Sc. dan Ibu Megayani, SE., MM. selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc., selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Pihak Daihatsu Sales Operation Jakarta Utara yang telah banyak membantu dalam perijinan proses pengumpulan data konsumen untuk keperluan riset dalam penelitian.
7. Pihak PT Astra Daihatsu Motor yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
8. Orang tua saya Ibu Amaningati, Ibu Sudarwati dan Bapak M. Sulchan yang tak pernah putus memberikan doa dan semangat, serta motivasi yang membangkitkan saya untuk berjuang dan menjadi lebih baik.

9. Untuk istri tercinta Silvia Agustina, terima kasih untuk tenaga, dukungan, saran dan selalu meberikan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Untuk Kakak saya Tabah dan Oktivita, serta Adik-adik saya Dwitya, Lala, Asti, Yudha, dan Fikri yang selalu memberikan doa dan semangat dalam proses kuliah sampai penyelesaian skripsi ini.
11. Untuk teman seperjuangan grup “Pejuang Skripsi” Ayu, Wahyu, Wulansari, Hariman, Supriyono, Oktri, Riza, Arif, Dian terima kasih atas dukungan, saran, bertukar pikiran dan selalu memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
12. Seluruh teman-teman STEI program S-1 Manajemen angkatan 2016 terima kasih untuk pertemanan terbaik selama di kampus STEI.
13. Sahabat saya yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini, agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 16 September 2020

ANUNG ANINDITA ATMAJA
NPM 21167000439

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANUNG ANINDITA ATMAJA
NPM : 21167000439
Program Studi : S-1 MANAJEMEN
Jenis Karya : SKRIPSI

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*)** atas Skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAIHATSU SIGRA

(Studi Kasus DAIHATSU *SALES OPERATION* JAKARTA UTARA)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 16 September 2020

Yang menyatakan,

ANUNG ANINDITA ATMAJA

<p>Anung Anindita Atmaja 21167000439 Program Studi S-1 Manajemen</p>	<p>Dosen Pembimbing: Rama Chandra, SE., ME.</p>
<p style="text-align: center;">PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAIHATSU SIGRA</p> <p style="text-align: center;">(Studi Kasus DAIHATSU <i>SALES OPERATION</i> JAKARTA UTARA)</p>	
<p style="text-align: center;">ABSTRAK</p> <p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen Daihatsu Sigra pada studi kasus Daihatsu <i>Sales Operation</i> Jakarta Utara.</p> <p>Penelitian ini metode <i>survey</i> menggunakan analisa kuantitatif. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji realibilitas dan koefisien determinasi simultan dengan menggunakan program SPSS v.26.0 <i>for Windows</i>. Populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli mobil Daihatsu Sigra di Daihatsu <i>Sales Operation Area</i> Jakarta Utara, sedangkan populasi sasaran penelitian adalah 260 konsumen yang membeli mobil Daihatsu Sigra di Daihatsu <i>Sales Operation Area</i> Jakarta Utara pada bulan Januari sampai Juni 2020. Teknik pengambilan sampel digunakan dengan metode <i>Purposive Sampling</i>. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 73 orang dari jumlah populasi sasaran pengguna mobil Daihatsu Sigra.</p> <p>Hasil penelitian membuktikan bahwa citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusinya adalah 28,6%, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusinya adalah 38,8%, harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusinya adalah 43,7%. Hasil koefisien determinasi secara simultan menunjukkan citra merek, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusinya adalah 51,8%.</p>	
<p style="text-align: center;">Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen</p>	

<p>Anung Anindita Atmaja 21167000439 <i>Study Program S-1 Management</i></p>	<p><i>Supervisor:</i> Rama Chandra, SE., ME.</p>
<p style="text-align: center;"><i>THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PRICE ON DAIHATSU SIGRA'S CONSUMER SATISFACTION</i></p> <p style="text-align: center;"><i>(Case Study DAIHATSU SALES OPERATION NORTH JAKARTA)</i></p>	
<p style="text-align: center;"><i>ABSTRACT</i></p> <p><i>The purposed of this study was to determine the effect of brand image, product quality, and price on customer satisfaction of Daihatsu Sigra in the case study of Daihatsu Sales Operation North Jakarta.</i></p> <p><i>This research was a survey method using quantitative analysis. Data testing techniques used in this study include validity test, reliability test and simultaneous coefficient of determination using the SPSS v.26.0 for Windows program. The general population in this study were all consumers who bought a Daihatsu Sigra car in the Daihatsu Sales Operation Area, North Jakarta, while the research target population was 260 consumers who bought a Daihatsu Sigra car at the Daihatsu Sales Operation Area, North Jakarta from January to June 2020. The sampling technique was used purposive sampling method. Data collection was used a questionnaire as many as 73 people from the target population of Daihatsu Sigra car users.</i></p> <p><i>The results of the study proved that brand image effects customer satisfaction with a contribution of 28.6%, product quality effects customer satisfaction with a contribution of 38.8%, price effects customer satisfaction with a contribution of 43.7%. The coefficient of determination simultaneously shows that brand image, product quality, and price simultaneously effect consumer satisfaction with a contribution of 51.8%.</i></p>	
<p><i>Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, and Consumer Satisfaction</i></p>	

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori	16
2.2.1. Kualitas Produk	17
2.2.2. Harga	19
2.2.3. Citra Merek	21
2.2.4. Kepuasan Konsumen	23
2.3. Keterkaitan Antara Variabel Penelitian	25
2.3.1. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen ...	25
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan	

	Konsumen	25
	2.3.3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	26
	2.3.4. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga secara Bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen ...	27
	2.4. Pengembangan Hipotesis	27
	2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	28
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	29
	3.1. Strategi Penelitian	29
	3.2. Populasi dan Sampel	29
	3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data	30
	3.4. Operasional Variabel	31
	3.5. Metoda Analisis Data	34
	3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif	34
	3.5.2. Analisis Jawaban Responden	34
	3.5.3. Analisis Statistik Data	35
	3.5.4. Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.	37
	3.5.5. Uji Hipotesis	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
	4.1. Deskripsi Objek Penelitian	42
	4.2. Analisis Statistik Deskriptif	44
	4.2.1. Deskripsi Responden	44
	4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden	50
	4.3. Analisis Statistik Data	53
	4.4. Uji Hipotesis Penelitian.....	57
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	64
	5.1. Simpulan	64
	5.2. Saran	64
	DAFTAR REFERENSI	66
	LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Penjualan Mobil Tahun 2017 – 2019 (dalam Unit)	3
Tabel 1.2. Data Pergerakan Penjualan LCGC Tahun 2016 – 2019 (dalam Unit)	5
Tabel 1.3. Data 10 Besar Penjualan Mobil Berdasarkan Model Untuk Tahun 2019	5
Tabel 3.1. Skor <i>Skala Likert</i>	31
Tabel 3.2. Indikator dan Sub Indikator Variabel Penelitian	32
Tabel 3.3. Pedoman untuk memberikan informasi Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	38
Table 4.1. Karakteristik Demografi Responden	44
Table 4.2. Responden Kelompok Usia Berdasarkan Tipe Daihatsu Sigra yang Dibeli	49
Tabel 4.3. Indeks Persepsi Responden terhadap Citra Merek	50
Tabel 4.4. Indeks Persepsi Responden terhadap Kualitas Produk	51
Tabel 4.5. Indeks Persepsi Responden terhadap Harga	52
Tabel 4.6. Indeks Persepsi Responden terhadap Kepuasan Konsumen	53
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Citra Merek (CM)	54
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kualitas Produk (KP)	54
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Harga (HG)	55
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kepuasan Konsumen (KK)	55
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen	56
Tabel 4.12. Hasil Koefisien Korelasi Parsial Citra Merek (CM) Terhadap Kepuasan Konsumen (KK)	57
Tabel 4.13. Hasil Koefisien Korelasi Parsial Kualitas Produk (KP) Terhadap Kepuasan Konsumen (KK)	58
Tabel 4.14. Hasil Koefisien Korelasi Parsial Harga (HG) Terhadap Kepuasan Konsumen (KK)	59
Tabel 4.15. Model <i>Summary</i> dan Uji Anova	61
Tabel 4.16. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis Penelitian	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1. Responden Kelompok Usia 28 – 32 Tahun Berdasarkan Pekerjaan	47
Gambar 4.2. Responden Kelompok Usia 28 – 32 Tahun Berdasarkan Penggunaan Daihatsu Sigra dalam Sehari-hari	48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 2. Tabulasi Karakteristik Responden	71
Lampiran 3. <i>Cross</i> Tabulasi Karakteristik Responden	73
Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Responden	76
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Citra Merek	77
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kualitas Produk	78
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Harga	79
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kepuasan Konsumen	80
Lampiran 9. Uji Reliabilitas Variabel – Variabel	81
Lampiran 10. Surat Riset	82
Lampiran 11. Lembar Konsultasi Pembimbingan Skripsi	83
Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	85