

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
YANG DIMEDIASI OLEH BAURAN PROMOSI  
(Studi Kasus Pengguna Indosat di Kelurahan Pisangan  
Timur, Kecamatan Pulogadung)**

**SKRIPSI**

**DEVI TIYA AYU RUNIYAWATI  
21170000134**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
YANG DIMEDIASI OLEH BAURAN PROMOSI  
(Studi Kasus Pengguna Indosat di Kelurahan Pisangan  
Timur, Kecamatan Pulogadung)**

**SKRIPSI**

**DEVI TIYA AYU RUNIYAWATI  
21170000134**



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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul :

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
YANG DIMEDIASI OLEH BAURAN PROMOSI  
(Studi Kasus Pengguna Indosat di Kelurahan Pisangan  
Timur Kecamatan Pulogadung)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan 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, 24 Agustus 2021



**DEVI TIYA AYU RUNIYAWATI**  
NPM 21170000134

## **PERSETUJUAN BIMBINGAN**

Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH BAURAN PROMOSI (Studi Kasus Pengguna Indosat di Kelurahan Pisangan Timur Kecamatan Pulogadung)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Imelda Aprileny SE, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 24 Agustus 2021

Pembimbing,



Imelda Aprileny SE, ME

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA., M.SC



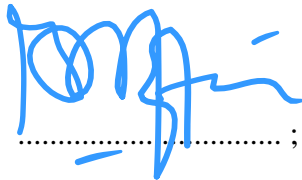

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
YANG DIMEDIASI OLEH BAURAN PROMOSI  
(Studi Kasus Pengguna Indosat di Kelurahan Pisangan  
Timur Kecamatan Pulogadung)**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 24 Agustus 2021 dengan nilai A.

**Panitia Ujian** Karya Ilmiah

1.  ..... ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc  
(Kepala Prodi S-1 Manajemen)
2.  ..... ; Imelda Aprileny SE, ME  
(Pembimbing)
3.  ..... ; Dr. Diah Pralitasari, SP., MM  
(Anggota Penguji)
4.  ..... ; Ir. Dwi Windu Suryono, MS  
(Anggota Penguji)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Imelda Aprileny SE, ME selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Diah Pranitasari, SP., MM dan Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS 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, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen.
5. Segenap dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
6. Mama yang selalu medoakan, mensupport, dan selalu sabar, serta adik kandung yang selalu sabar dan mengerti, juga saudara-saudara (bude pakde dan keluarga lainnya) yang ikut mendoakan juga.
7. teman yang selamanya akan menemani hidup nantinya, Ismanto Pratama, atas segala dukungan, kasih dan sayang serta waktu yang telah disediakan untuk selalu menemani dalam hal apapun susah maupun senang.
8. Sahabat Rias Safaranti, Ari Rahman dan Annisa Sari Mumpuni yang telah banyak memberi dukungan, yang selalu bersama-sama susah dan

senang, yang selalu megajari disaat tidak mengerti dan terimakasih atas waktu yang disediakan untuk berdiskusi juga semangat yang diberikan juga untuk semua motivasi serta semangat yang diberikan.

9. Seluruh teman-teman STEI seangkatan untuk segala momen kebersamaan selama masa perkuliahan dan Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun penyempurnaan skripsi ini, serta bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Jakarta, 24 Agustus 2021



**DEVI TIYA AYU RUNIYAWATI**  
NPM 21170000134

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Devi Tiya Ayu Runiyawati  
NPM : 21170000134  
Program Studi : S1 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 Karya Ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
YANG DIMEDIASI OLEH BAURAN PROMOSI  
(Studi Kasus Pengguna Indosat di Kelurahan Pisangan  
Timur, Kecamatan Pulogadung)**

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 : 24 Agustus 2021

Yang Menyatakan,



Devi Tiya Ayu Runiyawati



## ABSTRAK

Devi Tiya Ayu Runiyawati  
NPM : 21170000134  
Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Imelda Aprileny SE, ME

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
YANG DIMEDIASI OLEH BAURAN PROMOSI  
(Studi Kasus Pengguna Indosat di Kelurahan Pisangan  
Timur, Kecamatan Pulogadung)**

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang dimediasi oleh bauran promosi. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna indosat di Kelurahan Pisangan Timur, Kecamatan Pulogadung. Dengan pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, dengan sampel sebanyak 97 responden. Data yang digunakan adalah data primer dengan teknik penyebaran kuesioner secara online serta diukur dengan skala likert.

Penelitian ini menggunakan strategi kuantitatif, jenis penelitian asosiatif dalam bentuk metode kausal. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis outer model (*convergent validity, discriminant validity, average variance extracted (AVE), composite reliability*) dan inner model (*R-Square, uji GoF, uji hipotesis t*). Semua data diolah menggunakan program SmartPLS versi 3.0

Hasil hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Citra merek memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Citra merek memiliki pengaruh terhadap bauran promosi. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap bauran promosi. Bauran promosi tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Citra merek tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang dimediasi oleh bauran promosi. Kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang dimediasi oleh bauran promosi.

***Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Bauran Promosi***

## ABSTRACT

Devi Tiya Ayu Runiyawati  
NPM : 21170000134  
Study Program S1 Management

Advisor :  
Imelda Aprileny SE, ME

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY  
ON CONSUMER SATISFACTION  
MEDIATED BY THE PROMOTION MIX  
(Case Study Of Indosat Users In The Pisangan  
Timur, Pulogadung District)**

### **ABSTRACT**

*The study aims to determine the effect of brand image and product quality on consumer satisfaction mediated by the promotional mix. The populatin of this research is indosat users in Pisangan Timur Village, Pulogadung District. The sampple was determined based on the purposive sampling method, with a sample of 97 respondents. The data used primary data. With technique used on online questionnaire and was measured by a likert scale.*

*This study uses a quantitative strateg, a type associative research in the from of causal method. The data analysis of the outer model (convergent validity, discriminant validity, average variance extracted (AVE), composite reliability) and inner model (R-Square, GoF test, t hypothesis test). All data was processed using the SmartPls version 3.0 program.*

*The result of the hypotheses in the study indicate that brand image influence on consumer satisfaction. Brand image influence on the promotion mix. The product quality influence on consumer satisfacton. The product quality influence on the promotion mix. Promotion mix has no influence on consumer satisfication. Brand image has no influence on consumer satisfaction mediated by the promotion mix. Product quality does not have a influence on consumer satisfaction mediated by the promotional mix.*

**Keywords : Brand Image, Product Quality, Consumer Satisfaction,  
Promotion Mix**