

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
YANG DIMEDIASI OLEH PROSES KEPUTUSAN  
PEMBELIAN ENERVON C  
( Studi Pada Pelanggan Enervon C Di Jakarta )**

**SKRIPSI**

**NUNUNG NURHAYATI  
2118000001**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
YANG DIMEDIASI OLEH PROSES KEPUTUSAN  
PEMBELIAN ENERVON C**

**( Studi Pada Pelanggan Enervon C Di Jakarta )**

**SKRIPSI**

**NUNUNG NURHAYATI**

**2118000001**



*see you  
of Feb. 2022*

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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2022**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH  
PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN ENERVON C**

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

Jakarta, Maret 2022



**Nunung Nurhayati**

NPM 21180000001

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul:

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN ENERVON C**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM)  
pada program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.


Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Rama Chandra, SE., ME dan diketahui oleh  
Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat skripsi  
pada program stidi S-1 Manajemen Sekolah Tinngi Ilmu Ekonimi Indonesia,  
Jakarta.

Jakarta, 2022

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1

Manajemen,

  
Rama Chandra, SE., ME

  
Muhammad Ramaditya, BBA., Msc.

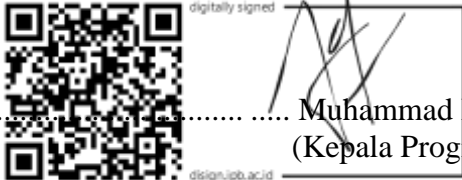
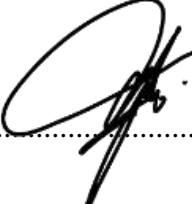


## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal Februari 2022 dengan nilai .....

Panitia Ujian Skripsi:

1.  ..... Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ..... Rama Chandra, SE., ME  
(Pembimbing)
3.  ..... Doddi Prastuti, SE., MBA  
(Penguji I)
4.  ..... Imelda Aprileny, SE., ME  
(Penguji II)

## **KATA PENGANTAR**

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

Skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat teratasi. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Rama Chandra, SE., ME selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, pikiran dan tenaga untuk mengarahkan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Doddi Prastuti, SE., MBA dan Imelda Aprileny, SE., ME. Selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini,
6. Segenap Dosen di Program Studi S-1 manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang telah diberikan selama berkualiah
7. Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) beserta jajaran staff yang telah membantu dalam memberikan referensi dan memberi pinjaman buku selama proses penelitian skripsi ini.
8. Segenap keluarga besar (Bapak, Mamah, Elis, Alena, para sepupu dan saudara-saudara) yang telah mendukung dengan doa dan semangat kepada peneliti.

9. Sahabat seperjuangan selama menempuh pendidikan di STEI Rawamangun Tanti, Risma yang selalu membantu dan menyemangati peneliti dalam pembuatan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi.

Jakarta, 3 Maret 2022



**Nunung Nurhayati**

**NPM 2118000001**

# HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nunung Nurhayati  
NPM : 21180000001  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH  
PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN ENERVON C**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap menyantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : Maret 2022

Yang menyatakan,



Nunung Nurhayati



Nunung Nurhayati

Dosen Pembimbing:

2118000001

Rama Chandra, SE., ME

Program Studi S-1 Manajemen

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH  
PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN ENERVON C**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, harga terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh keputusan pembelian kepada pelanggan Enervon C.

Penelitian ini menggunakan strategi asosiatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Enervon C. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yaitu pelanggan yang telah mengkonsumsi Enervon C setidaknya dua kali selama tahun 2021 berjumlah 100 responden. Dalam penelitian ini Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur dengan bantuan *software* WarpPLS 7.0.

Hasil penelitian menyimpulkan (1) Kualitas produk berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian Enervon C. (2) Citra merek berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian Enervon C. (3) Harga tidak berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian Enervon C. (4) Proses keputusan pembelian Enervon C berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (5) Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (6) Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (7) Proses keputusan pembelian memediasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. (8) Proses Keputusan pembelian memediasi pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan. (9) Proses keputusan pembelian tidak memediasi pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. Keputusan pembelian tidak memediasi pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Proses Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan.**

Nunung Nurhayati 2118000001 Bachelor of Management	Supervisor: Rama Chandra, SE., ME
--	--------------------------------------

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION WAS MEDIATED BY PURCHASING DECISIONS***

***ABSTRACT***

*The purpose of this research was to find the effect of product quality, brand image and price on customer satisfaction was mediated by Enervon C customers purchasing decisions.*

*This research used an associative strategy. The data collection method used a questionnaire which was measured by a likert scale. The population of the research was Enervon C customers. The sampling method used a purposive sampling technique with the criteria that 100 customers had consumed Enervon C at least twice during 2021. In this research, the data was analyzed using WarpPLS 7.0 software.*

*The results of this research concluded that: (1) The product quality had an effect on purchasing decisions process of Enervon C. (2) The brand image had an effect on purchasing decisions process of Enervon C. (3) The Price had no effect on purchasing decisions process of Enervon C. (4) The purchase decisions process of Enervon C had an affect on customer satisfaction. (5) The product quality had no effect on customer satisfaction. (6) The Price had no effect on customer satisfaction. (7) The purchase decisions process mediated the effect of product quality on customer satisfaction. (8) The purchase decisions process mediated the effect of brand image on customer satisfaction. (9) The purchase decisions process did not mediate the effect of price on customer satisfaction.*

***Keywords: Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision Process, Customer Satisfaction.***

# DAFTAR ISI

	HALAMAN
COVER .....	<b>i</b>
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	<b>ii</b>
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	<b>iii</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>iv</b>
KATA PENGANTAR .....	<b>v</b>
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	<b>vii</b>
ABSTRAK .....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	<b>x</b>
DAFTAR TABEL.....	<b>xii</b>
DAFTAR GAMBAR .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. Landasan Teori .....	8
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2. Kualitas Produk.....	11
2.1.3. Citra Merek .....	13
2.1.4. Harga.....	15
2.1.5. Proses Keputusan Pembelian .....	17
2.1.6. Kepuasan Pelanggan .....	19
2.2. Penelitian Terdahulu .....	20
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian	23
2.3.2. Pengaruh Citra Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian .....	24
2.3.3. Pengaruh Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian .....	24

2.3.4. Pengaruh Proses Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan.....	25
2.4. Kerangka Fikir .....	26
2.5. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1. Strategi Penelitian.....	28
3.2. Populasi dan Sampel .....	28
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data .....	29
3.4. Operasional Variabel .....	29
3.5. Metode Analisis Data .....	32
3.5.1. Statistik Deskriptif .....	32
3.5.2. Analisis Jalur .....	33
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	40
4.2. Analisis Statistika Deskriptif .....	41
4.2.1. Deskripsi Responden.....	41
4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden.....	44
4.3. Analisis Jalur.....	49
4.3.1. Model Pengukuran (Outer Model).....	49
4.3.2. Analisis Inner Model.....	51
4.3.3. Uji Hipotesis dan Analisis Pengaruh Langsung.....	52
4.3.4. Uji Hipotesis dan Analisis Pengaruh Tidak Langsung .....	57
4.4. Rangkuman Hasil Penelitian.....	59
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>60</b>
5.1. Simpulan .....	60
5.2. Saran .....	61
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Top Brand multivitamin dan Top Brand Vitamin C.....	3
Tabel 1.2. Top Brand .....	3
Tabel 3.1. Penilaian Skala Likert .....	29
Tabel 3.2. Indikator dan Sub Indikator Kualitas Produk .....	31
Tabel 3.3. Indikator dan Sub Indikator Citra Merek.....	31
Tabel 3.4. Indikator dan Sub Indikator Harga .....	31
Tabel 3.5. Indikator dan Sub Indikator Proses Keputusan Pembelian.....	31
Tabel 3.5. Indikator dan Sub Indikator Proses Keputusan Pembelian (Lanjutan)	32
Tabel 3.6. Indikator dan Sub Indikator Kepuasan Pelanggan.....	32
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia, Jenis Kelamin dan Status....	41
Tabel 4.2.....	43
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Pembelian.....	43
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan tempat pembelian .....	44
Tabel 4.5. Indeks Persepsi Kualitas Produk.....	45
Tabel 4.7. Indeks Persepsi Harga.....	47
Tabel 4.8. Indeks Persepsi Proses Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 4.9. Indeks Persepsi Kepuasan Pelanggan .....	48
Tabel 4.10. Nilai <i>Loading</i> Variabel Reflektif .....	49
Tabel 4.10. Nilai <i>Loading</i> Variabel Reflektif (Lanjutan) .....	50
Tabel 4.11. Composite Reability.....	50
Tabel 4.12. <i>Correlations among l.vs. with sq. rts. of AVEs</i> .....	51
Tabel 4.13. Model fit and quality indices .....	51
Tabel 4.14. R-squared Contributions .....	52
Tabel 4.15. Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi .....	53
Tabel 4.16. Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi .....	54
Tabel 4.17. Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi .....	55
Tabel 4.18. Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi .....	56
Tabel 4.19. Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi .....	56
Tabel 4.20. Koefisien Jalur dan Koefisien Determinasi .....	57
Tabel 4.21. Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung .....	57
Tabel 4.22. Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung .....	58
Tabel 4.23. Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung .....	58
Tabel 4.24. Rangkuman Hasil Penelitian.....	59

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian .....	26
Gambar 4.1. Kategori Produk yang Dibeli Responden Perempuan.....	42
Gambar 4.2. Hasil Penelitian .....	53