

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PERSEPSI HARGA PADA LOYALITAS MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN PADA PRODUK SMARTPHONE SONY DI
SURABAYA**

SKRIPSI S-1



Oleh:

MICHAEL YEREMY SATYADHARMA

3103010094

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2017

HALAMAN JUDUL

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA PADA LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SMARTPHONE SONY DI SURABAYA

SKIRPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH :

MICHAEL YEREMY SATYADHARMA

3103010094

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA PADA LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SMARTPHONE SONY DI SURABAYA

Oleh :

Michael Jeremy Satyadharma

3103010094

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I

Dra. Ec. Sri Yunan Budiasri, MS

Tanggal...19-7-2017

Pembimbing II

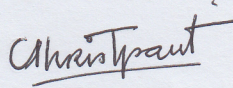
Maria Mia Kristanti, SE.,MM.

Tanggal...19-7-2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Michael Jeremy Satyadharma, NRP 3103010094
telah diuji pada Tanggal 2 Agustus 2017 dan dinyatakan LULUS oleh Tim
Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPMAP

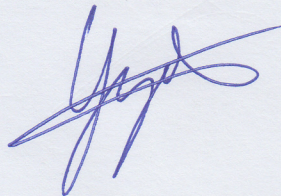
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM.
NIK.321.99.0370



Robertus Sigit, H.L, SE., M.Sc
NIK. 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Michael Jeremy Satyadharma
NRP : 3103010094
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga pada Loyalitas Melalui Kepuasan Produk Smartphone Sony Di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) sebatas untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Juli 2017

Yang menyatakan



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas cinta, kasih dan penyertaan Nya dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi. Skripsi ini adalah persyaratan untuk kelulusan dalam mendapatkan gelar sarjana dari fakultas Bisnis jurusan Manajemen Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya. Tugas akhir skripsi ini tidak dapat berjalan dengan sempurna tanpa ada bantuan dari berbagai pihak-pihak yang memberikan dukungan, petunjuk. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., sebagai Dekan dari fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE., M.Sc., sebagai Ketua Jurusan dari fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dra. Ec. Sri Yunan Budiasri, MS sebagai Dosen Pembimbing I. yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan nasihat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Maria Mia Kristanti, SE., MM sebagai Dosen Pembimbing II. Yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan nasihat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Keluarga yang telah membantu dalam memberikan dukungan baik materiil maupun non materiil dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. IM YOUTH yang telah memberikan dukungan doa kepada saya.
7. Randy, Irawan, Jeffry atas pertemanan yang telah berjalan dengan waktu yang lama, dukungan dan doa.
8. Seluruh teman-teman yang memberikan dukungan dan yang tidak dapat diucapkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, sehingga saran dan kritik diharapkan untuk peningkatan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi masukan dan informasi kepada pembaca.

Surabaya, 2017

Peneliti

(Michael Yeremy Satyadharma)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTARGAMBAR.....	xi
DAFTARLAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusuan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	10

2.2.1 Kualitas Produk.....	10
2.2.2 Citra Merek.....	12
2.2.3 Persepsi Harga.....	16
2.2.4 Kepuasan Pelanggan.....	19
2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....	22
2.3. Pengaruh Antar Variabel.....	26
2.4. Kerangka Penelitian.....	29
2.5 Hipotesis.....	30
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Variabel Penelitian.....	31
3.2.1 Variabel Eksogen (X)	31
3.2.2 Variabel Endogen (Y).....	32
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1 Populasi.....	35
3.4.2 Sampel.....	35
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.5.1 Jenis Data.....	36

3.5.2 Sumber data.....	37
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	37
3.6.1 Alat Pengumpulan Data.....	37
3.6.2 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.7 Teknik analisis data.....	38
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Analisis Data.....	39
4.2 Karakteristik Responden.....	39
4.2.1 Statistik Jawaban Responden.....	42
4.2.2 Analisis Data Penelitian.....	49
4.2.3 Pembahasan.....	66
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Simpulan.....	74
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran Teoritis.....	75
5.2.2 Saran Praktis.....	76
DAFTAR KEPUSTAKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	9
Tabel 4.1 Usia.....	40
Tabel 4.2 Pengetahuan Dan Pemahaman Tentang Produk Smartphone Sony.....	40
Tabel 4.3 Pernah Membeli dan Menggunakan Produk Smartphone Sony.....	41
Tabel 4.4 Domisili.....	42
Tabel 4.5 Interval Rata – Rata Skor.....	43
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	43
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	45
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	46
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	47
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	50
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Data.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.15 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	62
Tabel 4.16 Pengujian Hipotesis.....	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1Pengguna smartphone di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 pengguna merek smartphone di Indonesia.....	4
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4.1 Model Pengukuran dengan Standardize Solution.....	52
Gambar 4.2 Model Struktural dengan Estimated.....	57
Gambar 4.3 Model Struktural dengan T Value.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.	Hasil Kuesioner
Lampiran 3.	Karakteristik Responden
Lampiran 4.	Statistik Deskriptif
Lampiran 5.	Uji Validitas
Lampiran 6.	Uji Reliabilitas
Lampiran 7.	CFA
Lampiran 8.	Uji Normalitas
Lampiran 9.	Uji SEM
Lampiran 10.	Gambar <i>Standardize solution</i>
Lampiran 11.	Gambar <i>Model Estimate</i>
Lampiran 12.	Gambar T-Value

ABSTRAK

Pada saat ini kemajuan teknologi telah terjadi di berbagai bidang, salah satu adalah bidang industri *smartphone*. *Smartphone* menawarkan berbagai fitur-fitur yang dapat memudahkan dalam melakukan komunikasi dan berbagai aplikasi pendukung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk, Citra Merek, Persepsi Harga pada Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan *smartphone*.

Obyek penelitian ini adalah seluruh mahasiswa dan mahasiswi universitas katolik Widya Mandala Surabaya, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 150 responden. Dilakukan analisis menggunakan analisis SEM Lisrel versi 87.0. Hasil penelitian menunjukkan pada hipotesis pertama Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis kedua Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis ketiga Persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Pada hipotesis keempat Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada hipotesis kelima Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hipotesis keenam Citra merek ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hipotesis ketujuh Persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

At this time technological advances have taken place in various fields, one is the field of the smartphone industry. Smartphone offers a variety of features that can facilitate the communication and various supporting applications. This study aims to determine the effect of product quality, Brand Image, Price Perceptions on Loyalty through Customer Satisfaction.

The object of this research is all students and university students of catholic university Widya Mandala Surabaya, the number of samples used in this research are 150 respondents. Analysis is done by using SEM Lisrel version 87.0 analysis. The results showed on the first hypothesis Product quality has a positive and significant influence on customer satisfaction. The second hypothesis of Brand Image has a positive and significant influence on customer satisfaction. The third hypothesis Price perception has a positive and significant influence on satisfaction. In the fourth hypothesis Customer satisfaction has a positive and significant influence on customer loyalty. In the fifth hypothesis Product quality has a positive and significant influence on customer loyalty through customer satisfaction. The sixth hypothesis Brand image was found to have a positive and significant influence on customer loyalty through customer satisfaction. The seventh hypothesis Price perceptions have a positive and significant influence on customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price Perception, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.