

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PENGGUNA LAPTOP ASUS
(PADA MAHASISWA DI PERGURUAN TINGGI PURWOKERTO)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**FUAD HASIM
1702010076**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PENGGUNA LAPTOP ASUS
(PADA MAHASISWA DI PERGURUAN TINGGI PURWOKERTO)**



Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Erny Rachmawati'.

Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M.
NIK. 2160122


HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi yang diajukan oleh:

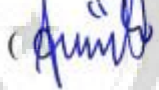
Nama : Fuad Hasim
NIM : 1702010076
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul Laporan : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Laptop Asus (Pada Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Purwokerto)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M. ()

Anggota 1 : Wida Purwidianti, S.E., M.Sc. ()

Anggota 2 : Arini Hidaayah, S.E., M.Si. ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 13 Januari 2022

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si.

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fuad Hasim
NIM : 1702010076
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, Januari 2022
Yang membuat pernyataan



Fuad Hasim

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fuad Hasim
NIM : 1702010076
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
—
PENGGUNA LAPTOP ASUS
(PADA MAHASISWA DI PERGURUAN TINGGI PURWOKERTO)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : januari 2022

Yang menyatakan,



Fuad Hasim

MOTTO

"Ku olah kata, kubaca makna, kuikat dalam alinea, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar sarjana kuterima, teman, orang tua, istri, dan mertua pun ikut bahagia"

"Jadilah apa adanya. Tidak merendah walau tak punya dan tidak malu walau kekurangan. Sebab orang yang menghargai apa yang ia miliki lebih baik daripada orang yang memaksakan diri untuk sebuah pujian"



PERSEMBAHAN



Dengan penuh kerendahan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang yang sangat berjasa dan sangat penting bagi penulis:

❖ Untuk kedua orang tua saya tercinta, Bapak H. Sururudin dan Ibu Alm. Hj. Laenah.

Terimakasih yang tidak terhingga atas limpahan do'a, kasih sayang, dan semangat yang diberikan selama ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Aamiin

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX di Purwokerto”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik dukungan moril maupun materil. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungan dan kontribusinya dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang saya hormati:

- 1) Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep selaku rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto
- 2) Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Dosen Pembimbing Akademik saya yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya serta telah mendukung dan memberikan pengarahan sejak awal perkuliahan hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
- 3) Drs. Suyoto, M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Penguji I saya yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata

laksana penyusunan skripsi kepada saya serta telah memberikan pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.

- 4) Dr. Erny Rachmawati, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan masukan yang sangat berguna kepada saya selama penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
- 5) Wida Purwidiyanti, S.E., M.Sc selaku Dosen Penguji I saya yang telah memberikan pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
- 6) Arini Hidayah, S.E., M.Si selaku Dosen Penguji II saya yang telah memberikan pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
- 7) Alfato Yusnar Kharismasyah, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan masukan selama saya masuk kuliah sampai sekarang ini.
- 8) Bapak/Ibu dosen seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
- 9) Bapak H. Sururudin dan Ibu Alm. Hj. Laenah selaku kedua orang tua saya yang tiada henti-hentinya memberikan doa, kasih sayang, motivasi serta dukungan baik material maupun nonmaterial sehingga dapat menyelesaikan studi sesuai target dan rencana.

- 10) Mahasiswa di tiga perguruan tinggi Purwokerto meliputi: Universitas Jenderal Soedirman, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, dan Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri Purwokerto selaku responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
- 11) Sahabat-sahabat saya Krido, Gery, Fuad, Abdan, Adit yang selalu menguatkan dan memberikan motivasi untuk bersama-sama menyelesaikan skripsi ini.
- 12) Teman-teman angkatan 2017 khususnya kelas Manajemen B yang selalu memberikan semangat dan dukungan satu sama lain selama perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
- 13) Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Purwokerto, Januari 2022

Penulis

Fuad Hasim

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PENGGUNA LAPTOP ASUS
(PADA MAHASISWA DI PERGURUAN TINGGI PURWOKERTO)**

Fuad Hasim

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : fuadhasim3098@gmail.com

Erny Rachmawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : erny_rachmawati@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Pengguna Laptop Asus (Pada Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Purwokerto) . Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nonprobability Sampling dengan teknik data diperoleh dari responden dengan instrument penelitian menggunakan kuesioner. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Kecocokan Model (F), Uji t, Analisis Regresi dan Uji Koefisien Determinasi (R²), Analisis Regresi Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

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

***THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY AND
BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION LAPTOP ASUS USERS
(ON STUDENT AT PURWOKERTO COLLEGE)***

Fuad Hasim

*Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : fuadhasim3098@gmail.com*

Erny Rachmawati

*Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : erny_rachmawati@yahoo.com*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price perception, product quality and brand image on customer satisfaction Asus laptop users (students at Purwokerto College). The sample in this study amounted to 100 respondents. The sampling technique used in this research is non-probability sampling with data obtained from respondents with the research instrument using a questionnaire. The research methods used in this research are Model Fit Test (F), t test, Regression Analysis and Coefficient of Determination Test (R²), Multiple Regression Analysis. The results showed that (1) price perception had a positive and significant effect on customer satisfaction, (2) product quality had a positive and significant effect on customer satisfaction, (3) brand image had a positive and significant effect on customer satisfaction.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Pembatasan Penelitian.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori Perilaku Konsumen.....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Pemikiran.....	39
D. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Jenis Penelitian.....	43
B. Populasi dan Sampel.....	43
C. Jenis dan Sumber Data.....	46
D. Teknik Pengambilan Data.....	47
E. Variabel Penelitian.....	47
F. Definisi Operasional.....	48
G. Metode Analisis Data.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Hasil Penelitian.....	62
B. Pembahasan.....	88
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	92
A. Simpulan.....	92
B. Keterbatasan Penelitian.....	92
C. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Notebook/Laptop Tahun 2021	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa di Perguruan Tinggi Purwokerto	43
Tabel 3.2 Persentase Pembagian Responden Setiap Perguruan Tinggi	46
Tabel 3.3 Definisi operasional	48
Tabel 3.4 Susunan pernyataan kuesioner	51
Tabel 4.1 Response Rate	64
Tabel 4.2 Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.3 Berdasarkan Asal Universitas	66
Tabel 4.4 Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Item Kepuasan Pelanggan	68
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Item Persepsi Harga	69
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Item Kualitas Produk	71
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Item Promosi	72
Tabel 4.11 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	72
Tabel 4.12 Uji Validitas Persepsi Harga	75
Tabel 4.13 Uji Validitas Kualitas Produk	75
Tabel 4.14 Uji Validitas Citra Merek	76
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas	77
Tabel 4.16 Uji Normalitas	78
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.18 Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel 4.19 Uji Regresi Linier Berganda	80
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi (R^2)	82
Tabel 4.21 Uji Kecocokan Model (Uji F)	83
Tabel 4.22 Hasil Uji Parsial (Uji t)	85
Tabel 4.23 Ringkasan Hasil Penelitian	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 4.1 Kurva Uji Kecocokan Model	84
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Pertama	86
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	86
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	102
Lampiran 2: Tabulasi Data.....	108
Lampiran 3: Karakteristik Responden	112
Lampiran 4: Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	124
Lampiran 5: Analisis Deskriptif Variabel	125
Lampiran 6: Uji Validitas.....	126
Lampiran 7: Uji Reliabilitas.....	129
Lampiran 8: Uji Asumsi Klasik	130
Lampiran 9: Uji Analisis Regresi Linier berganda	131
Lampiran 10: R Tabel	132
Lampiran 11: F Tabel.....	135
Lampiran 12: t Tabel.....	138
Lampiran 13: Foto Pembagian Kuesioner	141

