

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN  
PRODUK YAKULT**

**(Studi pada Konsumen Yakult di Purwokerto Selatan)**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

**ARIEF PRAHASTO  
1102010056**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2017**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PRODUK YAKULT

(Studi pada Konsumen Yakult di Purwokerto Selatan)

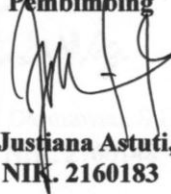


## SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

**ARIEF PRAHASTO**  
**1102010056**

**Diperiksa dan Disetujui Oleh:**  
**Pembimbing**



**Herni Justiana Astuti, Ph.D**  
**NIK. 2160183**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Arief Prahasto  
NIM : 1102010056  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : Analisis pengaruh persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan produk Yakult. (Studi pada Konsumen di Purwokerto Selatan)

telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

### DEWAN PENGUJI

**Ketua** : Herni Justiana Astutu, Ph.D

**Anggota 1** : Arini Hidayah, S.E., M.Si

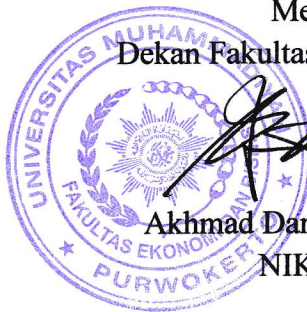
**Anggota 2** : Hengky Widhiandono, S.E., M.Si

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 21 Agustus 2017

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Akhmad Darmawan, S.E., M.Si.

NIK. 2160148

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Arief Prahasto  
NIM : 1102010056  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

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

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

Purwokerto, 21 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan



Arief Prahasto

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirobil'alamin segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah pada Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, para sahabat serta para pengikutnya hingga akhir zaman, yang senantiasa berusaha untuk dapat meneladani Sunnahnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat dari bimbingan, saran dan arahan dari semua pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada :

1. Allah SWT, yang banyak memberikan rahmatnya kepada saya melalui kesehatan dan inspirasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tetap semangat dalam mencapai hasil yang terbaik.
2. Bapak Ghoniyudin dan ibuku tercinta Tunjiha yang selalu memberikan dukungan doa, materil, dan motivasi yang tak henti-hentinya. Beliau lah yang telah menjadi panutan dan pelita hidupku selama ini. Tak lupa istriku Sofi Wahyuni serta Adikku tersayang yang telah memberikan dukungan, semangat dan do'anya sampai dengan skripsi ini selesai.
3. Responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sebagai bahan dalam penelitian ini.
4. Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Bapak Dr. H. Syamsuhadi Irsyad, S.H., M.H
5. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Bapak Akhmad Darmawan, SE., M.Si
6. Bapak Hermin Endratno S.E., M.Si, selaku ketua Program studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
7. Bapak Herni Justiana Astuti, Ph.D selaku dosen pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk arahan dan bimbingannya dalam proses penyusunan

skripsi ini hingga selesai.

8. Ibu Arini Hidayah, S.E, M.Si selaku penguji satu yang telah memberikan sumbangan pemikiran, kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.
9. Bapak Hengky Widhiandono, SE.,M.Si selaku penguji dua yang telah memberikan sumbangan pemikiran, kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.
10. Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah membimbing, mengajar serta memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa, serta seluruh staf dan karyawan perpustakaan, tata usaha yang membantu dalam kelancaran proses belajar mengajar di kampus.
11. Sahabat terbaikku Galih, Yusuf, Cahyadi Ade, Wahyu, Hanfri, Chalimah dan teman-temanku yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari masih banyak keterbatasan, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian selanjutnya. Penulis berharap sumbangan pemikiran yang penulis sampaikan mudah-mudahan memberikan manfaat bagi pembaca. Aamiin.

Wassalammu”alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 21 Agustus 2017

Penulis

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

---

Sebagai sivitas akademisi Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arief Prahasto  
 NIM : 1102010056  
 Program Studi : Manajemen  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
 Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
 Jenis Karya : Skripsi

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

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN  
PRODUK YAKULT**

**(Studi pada Konsumen Yakult di Purwokerto Selatan)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola, dalam bentuk pengakalan 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 : 21 Agustus 2017

Arief Prahasto

**“MOTO”**

**“Sabarku Kunci Keberhasilanku”**

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN  
PRODUK YAKULT  
(Studi pada Konsumen Yakult di Purwokerto Selatan)**

**Arief Prahasto**

Program Studi Manajemen S1  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Ariefprahasto123@gmail.com

**Herni Justiana Astutu**

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

**ABSTRAK**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu untuk menganalisis pengaruh persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Objek penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan produk Yakult di Purwokerto Selatan yang pernah melakukan transaksi pembelian minimal 2 kali, penelitian ini menggunakan 100 sampel responden dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling* sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis.

Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,658 > 1,66088$ ), citra merek secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,318 < 1,66088$ ), persepsi harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,011 < 1,66105$ ), citra merek secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,631 > 1,66105$ ), kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,831 > 1,66105$ ). Secara simultan persepsi harga dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $40,459 > 3,09$ ) dan secara simultan persepsi harga, citra merek dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $16,971 > 2,70$ ).

**Kata kunci** : Persepsi Harga, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

**AN ANALYSIS ON PRICE PERCEPTION AND BRAND IMAGE EFFECT  
TOWARD CUSTOMERS' SATISFACTION AND LOYALTY  
OF YAKULT PRODUCT  
(A Case Study in Purwokerto Selatan)**

**Arief Prahasto**

Program Studi Manajemen S1  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Ariefprahasto123@gmail.com

**Herni Justiana Astutu**

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

**ABSTRACT**

*The research type utilized in this research was quantitative; it was to analyze price perception and brand image toward customers' satisfaction and loyalty. The subject was customers of Yakult product in Purwokerto Selatan experienced transaction to buy the product at least twice. It selected 100 respondents. The technique of data collection was purposive sampling, while data analysis techniques employed were validity and reliability tests, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis test.*

*The analysis result showed that price perception partially affected the customers satisfaction with value of  $t_{count} > t_{table}$  ( $6.658 > 1.98498$ ). Brand image partially did not affect the customers' satisfaction with value of  $t_{count} < t_{table}$  ( $1.318 < 1.98498$ ), price perception partially did not affect customers' satisfaction with value  $t_{count} < t_{table}$  ( $1.011 < 1.98525$ ). Brand image partially affected customers' satisfaction with value  $t_{count} > t_{table}$  ( $2.631 > 1.98525$ ). The customers' satisfaction partially affected customers' satisfaction with value  $t_{count} > t_{table}$  ( $2.831 > 1.98525$ ). Simultaneously, price perception and brand image affected customers' satisfaction with value  $F_{count} > F_{table}$  ( $40,459 > 3.09$ ) Simultaneously, price perception, brand image and customers' satisfaction affected customers' loyalty with value  $F_{count} > F_{table}$  ( $16.971 > 2,70$ ).*

**Keywords:** *Price perception, brand image, customers' satisfaction, and loyalty.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	8

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

A. Pengertian Persepsi Harga .....	10
B. Citra Merek.....	12
C. Kepuasan Pelanggan.....	15
D. Loyalitas Pelanggan.....	18
1.....	Karakteristik Loyalitas
akteristik Loyalitas .....	19
2.....	Jenis Loyalitas
s Loyalitas .....	20

3.....	Tah
ap-tahap loyalitas .....	22
E. Hasil Penelitian Terdahulu .....	24
F. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian .....	25
1.....	Hub
ungan Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan .....	25
2.....	Hub
ungan Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	25
3.....	Hub
ungan Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan.....	26
4.....	Hub
ungan Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan .....	27
5.....	Hub
ungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan .....	27

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. ....	Jeni
s Penelitian.....	<b>30</b>
B. ....	Pop
ulasi dan Sampel .....	30
C. ....	Met
ode Pengumpulan Data .....	31
D. ....	Var
iabel Penelitian.....	32
E.....	Def
inisi Operasional Variabel .....	32
1.....	Pers
epsi Harga ( $X_1$ ).....	32
2.....	Citr
a Merek ( $X_2$ ).....	33

3.....	Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> ).....	34
4.....	Loyalitas Pelanggan (Y <sub>2</sub> ).....	34
F.....	Metode Analisis Data.....	35
1.....	Uji Instrumen Penelitian.....	35
a.....	Uji Validitas.....	35
b.....	Uji Reliabilitas.....	36
2.....	Uji Asumsi Klasik.....	37
a. Uji Normalitas.....		37
b. Uji Multikolinieritas.....		38
c. Uji Heteroskedastisitas.....		38
3.....	Analisis Data.....	39
a.....	Analisis Regresi Berganda.....	39
b.....	Penujian Hipotesis.....	40
1).....	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	41
2).....	Uji t ( Parsial).....	41
3).....	Uji F (Simultan).....	42

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. ....	Des
kripsi Responden.....	<b>44</b>
1.....	Res
<i>pon Rate</i> .....	44
2.....	Kar
akteristik Responden .....	44
B. ....	Uji
Instrumen Penelitian .....	<b>48</b>
1.....	Uji
Validitas .....	48
2.....	Uji
Reliabilitas.....	59
C. ....	Uji
asumsi klasik.....	<b>50</b>
1.....	Uji
Normalitas .....	50
2.....	Uji
Multikolinearitas .....	54
3.....	Uji
Heteroskedastisitas .....	55
D. ....	Ana
lisis Data .....	<b>57</b>
1.....	Ana
lisis Regresi Berganda.....	55
2.....	Pen
ujian Hipotesis.....	60
a.....	Koe
fisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
b.....	Uji
t (Parsial) .....	62

c.....	Uji
F (Simultan).....	66
E.....	Pe
mbahasan .....	<b>68</b>
1.....	Pen
garuh Persepsi Harga secara Parsial terhadap	
Kepuasan Pelanggan .....	68
2.....	Pen
garuh Citra Merek Harga secara Parsial terhadap	
Kepuasan Pelanggan .....	69
3.....	Pen
garuh Persepsi Harga secara Parsial terhadap	
Loyalitas Pelanggan .....	70
4.....	Pen
garuh Citra Merek secara Parsial terhadap	
Loyalitas Pelanggan .....	70
5.....	Pen
garuh Kepuasan Pelanggan secara Parsial terhadap	
Loyalitas Pelanggan .....	71
6.....	Pen
garuh Persepsi Harga dan Citra Merek secara Simultan	
terhadap Kepuasan Pelanggan .....	72
7.....	Pen
garuh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kepuasan	
Pelanggan secara Simultan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	72

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. ....	Kes
impulan .....	<b>75</b>
B. ....	Ket

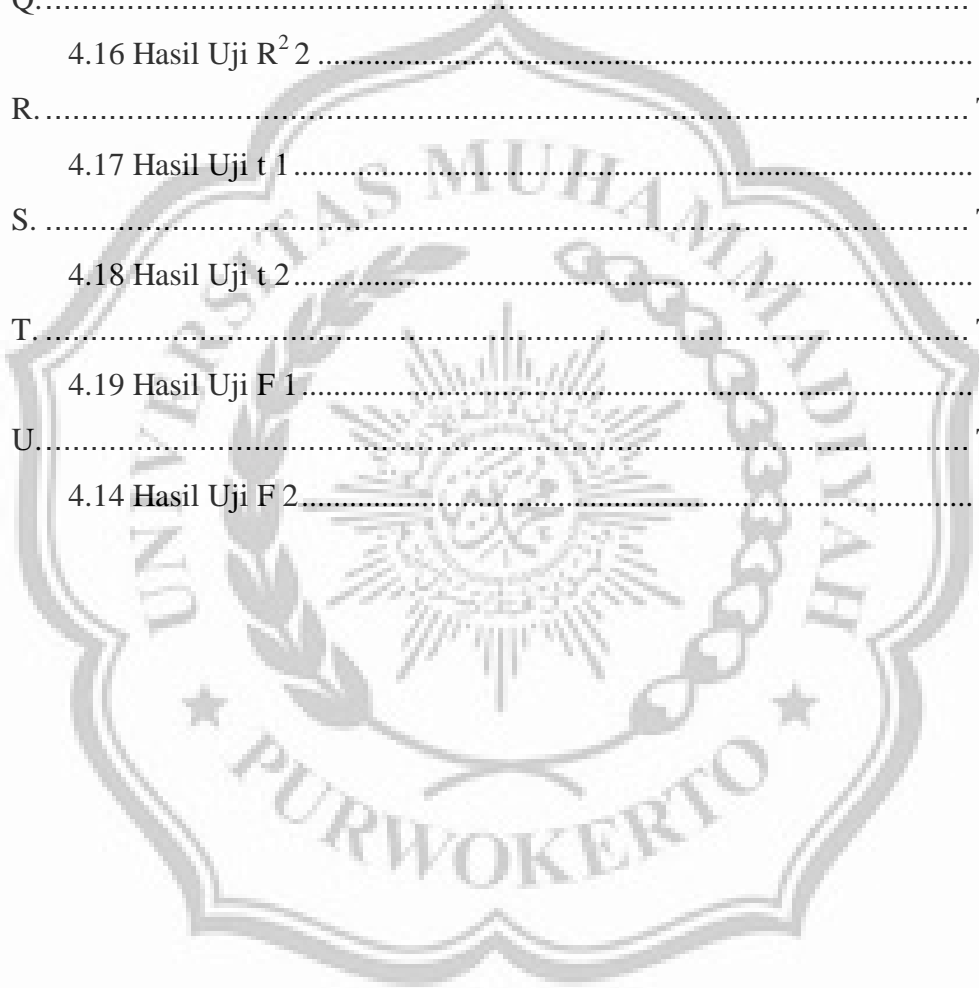
erbatasan dan Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>



## DAFTAR TABEL

Nomor	Keterangan
Halaman	
A.....	Hasil
Penelitian Terdahulu .....	<b>24</b>
B.....	Tabel
4.1 Perincian <i>Response Rate</i> terhadap Kuesioner.....	44
C.....	Tabel
4.2 Distribusi Frekuensi berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
D.....	Tabel
4.3 Distribusi Frekuensi berdasarkan Umur .....	45
E.....	Tabel
4.4 Distribusi Frekuensi berdasarkan Penghasilan .....	46
F.....	Tabel
4.5 Distribusi Frekuensi berdasarkan Pekerjaan.....	47
G.....	Tabel
4.6 Hasil Uji Validitas.....	48
H.....	Tabel
4.7 Indeks Koefisien Reliabilitas .....	49
I.....	Tabel
4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
J.....	Tabel
4.9 Hasil Uji Normalitas 1 ( <i>One-Sample Kolmogorov Test</i> ) .....	52
K.....	Tabel
4.10 Hasil Uji Normalitas 2 ( <i>One-Sample Kolmogorov Test</i> ) .....	53
L.....	Tabel
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas 1 .....	54
M.....	Tabel
4.12 Hasil Uji Multikolinearitas 2 .....	55
N.....	Tabel

4.13 Hasil Uji Regresi Berganda 1.....	58
O.....	Tabel
4.14 Hasil Uji Regresi Berganda 2.....	59
P.....	Tabel
4.15 Hasil Uji $R^2$ 1 .....	60
Q.....	Tabel
4.16 Hasil Uji $R^2$ 2 .....	61
R.....	Tabel
4.17 Hasil Uji t 1 .....	62
S.....	Tabel
4.18 Hasil Uji t 2.....	64
T.....	Tabel
4.19 Hasil Uji F 1.....	66
U.....	Tabel
4.14 Hasil Uji F 2.....	67



## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomer</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
A.	Gambar Kerangka Pemikiran .....	<b>28</b>
B.	Gambar 3.1 Kurva Normal Uji t.....	42
C.	Gambar 3.4 Kurva Normal Uji F.....	43
D.	Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas1 Data ( <i>Histogram</i> ).....	51
E.	Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas1 Data ( <i>Normal P-P Plot Regression</i> ) .....	52
F.	Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas2 Data ( <i>Histogram</i> ).....	52
G.	Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas2 Data ( <i>Normal P-P Plot Regression</i> ) .....	53
H.	Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas ( <i>Scatter Plot</i> ) 1 ....	56
I.	Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas ( <i>Scatter Plot</i> ) 2....	57
J.	Gambar 4.7 Kurva Penerimaan Hipotesis Pertama .....	63
K.	Gambar 4.8 Kurva Penolakan Hipotesis Kedua .....	63
L.	Gambar 4.9 Kurva Penolakan Hipotesis Ketiga.....	64
M.	Gambar 4.10 Kurva Penerimaan Hipotesis Keempat.....	65
N.	Gambar 4.11 Kurva Penerimaan Hipotesis Kelima .....	66
O.	Gambar 4.12 Kurva Penerimaan Hipotesis Keenam.....	67
P.	Gambar 4.12 Kurva Penerimaan Hipotesis Ketujuh .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomer</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Halaman</b>	
Lampiran 1. Kuesioner.....	<b>80</b>
.....	
Lampiran 2. Hasil Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden.....	89
.....	
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas.....	102
Lampiran 4. Uji Reliabilitas.....	104
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik.....	105
Lampiran 6. Hasil Analisis Data.....	109
Lampiran 7. Distribusi $r_{tabel}$ , $F_{tabel}$ dan $t_{tabel}$ .....	112

