

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK,  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi “Janji Jiwa”  
Cabang Kedungmundu Kota Semarang)**



Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Semarang

Disusun oleh  
**NOVITA ULFA K**  
**NIM. E2A016019**

**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG**  
**2020**

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Novita Ulfa K

Nomor Induk Mahasiswa : E2A016019

Fakultas / Jurusan : Ekonomi / S1 Manajemen

Judul Usulan Penelitian Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi “Janji Jiwa” Cabang Kedungmundu Kota Semarang

Telah memenuhi syarat dan dinyatakan lengkap sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.

Semarang, 29 September 2020

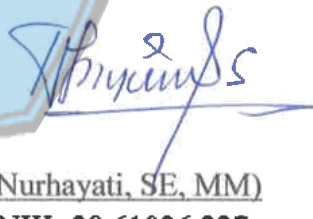
Pembimbing I



(Drs. Triyono, MM)

NIP: 195902061986031003

Pembimbing II



(Nurhayati, SE, MM)

NIK: 28.61026.227

Mengetahui,  
Keprosdi S1 Manajemen



(Drs. Triyono, MM)

NIP: 195902061986031003

## PERSETUJUAN KELULUSAN UJIAN

Nama : Novita Ulfa K  
Nomor Induk Mahasiswa : E2A016019  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / S1 Manajemen  
Judul Usulan Penelitian Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi "Janji Jiwa" Cabang Kedungmundu Kota Semarang

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji pada tanggal 28 September 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

- 
- Dewan Penguji
1. Pembimbing 1 (Drs. Triyono, MM)  
NIP: 195902061986031003
  2. Pembimbing 2 (Nurhayati, SE, MM)  
NIK: 28.61026.227
  3. Penguji 1 (Dr. Haerudin, MT)  
NIK: 28.6.1026.313
  4. Penguji 2 (Setia Iriyanto, SE., M.SI)  
NIK: 28.6.1026.032

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

“Waktu bagaikan pedang. Jika kamu tidak memanfaatkannya dengan baik, maka ia akan memanfaatkanmu” HR. Muslim

### Persembahan

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, iman, dan ikhsan yang tiada tara.
- Ibu dan Ayah tercinta, orang tua yang luar biasa yang saya punya, yang tak hentinya mendoakan dan memberiku semangat.
- Dosen pembimbingku yang ganteng dan cantik Pak Triyono dan Bunda Nurhayati yang telah banyak membimbingku dan memberi masukan serta kritikan.
- Teman-temanku S1 Manajemen 2016.
- Sahabat sahabat saya tercinta, Tiara, Nafia, Luluk, Rana, Assyfa, Lia, Evi, Anita, Dina, Selvi, Bunda Ola, yang selalu memberikan semangat dan supportnya setiap saya malas malasan.
- Orang-orang yang sering bertanya kapan wisuda, kapan lulus, kapan selesai.

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dari Universitas Muhammadiyah Semarang maupun Perguruan Tinggi lainnya. Semua informasi yang dimuat dalam Skripsi ini yang berasal dari penulisan lain baik yang dipublikasikan atau tidak, telah diberikan penghargaan dengan mengutip nama sumber penulis secara benar dan semua isi Skripsi ini sepenuhnya menjadi Tanggung Jawab saya sebagai penulis.

Semarang, 29 September 2020

Penulis



(Novita Ulfa K.)

E2A016019

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan: Pengaruh *Brand Image*, terhadap Kepuasan Konsumen, Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dan Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen, pada Janji Jiwa di Kedungmundu Semarang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling. Sampel dalam penelitian ini 100 orang dari pelanggan Janji Jiwa di Kedungmundu Semarang dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji T dan uji F, serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 2,184 + 0,267 X_1 + 0,475 X_2 + 0,390 X_3 + e$ . Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ada salah semua variabel independen hasilnya signifikan. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen. Angka Adjusted R Square sebesar sebesar 0,596 menunjukkan bahwa 59,6 persen variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 40,4% persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Brand Image, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian*

## **ABSTRACTION**

*This study aims to identify and explain: The Influence of Brand Image, on Customer Satisfaction, The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction and the Influence of Price on Customer Satisfaction, on the Promise of the Soul in Kedungmundu Semarang. The data used in this study are primary data. The sampling method used was accidental sampling. The sample in this study was 100 people from Janji Jiwa customers in Kedungmundu Semarang and then analyzed the data obtained using quantitative data analysis. Quantitative analysis includes the T test and F test, as well as the analysis of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>). Data that has met the validity test, reliability test and classical assumption test are processed to produce the following regression equation:  $Y = 2.184 + 0.267 X_1 + 0.475 X_2 + 0.390 X_3 + e$ . The results of hypothesis testing using the t test indicate that there are all the independent variables, the results are significant. Then through the F test it can be seen that the three independent variables studied simultaneously have an effect on the dependent variable Customer Satisfaction. The Adjusted R Square figure of 0.596 shows that 59.6 percent of the Purchasing Decision variable can be explained by the three independent variables in the regression equation. While the remaining 40.4% percent is explained by other variables not analyzed in this study.*

**Keywords:** *Brand Image, Product Quality, Price, and Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, karena kasih sayang dan rahmat-Nya Skripsi ini mampu terselesaikan dengan lancar. Segala kesulitan yang dihadapi sungguh diberikan kemudahan oleh-Nya mulai dari pencarian jurnal untuk referensi, pencarian data, bimbingan dengan dosen pembimbing dan penyusun proposal skripsi. Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak atas peran sertanya dalam membantu dan memberikan pengarahan, bimbingan serta semangat kepada penulis, diantaranya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H Masruki, M. Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Semarang.
2. Bapak Dr. Haerudin, MT. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNIMUS.
3. Bapak Drs. Triyono, MM. dan Ibu Nurhayati, SE, M.M. selaku dosen pembimbing 1 dan 2 yang selalu sabar dan berkenan dalam memberikan bimbingan, pengarahan, saran serta dukungan kepada penulis.
4. Seluruh staff Kedai Kopi Janji Jiwa Cabang Kedungmundu Kota Semarang beserta jajarannya.
5. Kepada kedua orang tua tercinta Bapak Badrun Ali dan Ibu Khamsiyati atas doa serta dukungan yang tiada henti.
6. Diri saya sendiri, jangan patah semangat perjalanan hidup masih panjang terus kejar mimpi-mimpi yang belum terwujud jangan menyerah.
7. Teman seperjuangan S1 Manajemen angkatan 2016 yang selama ini berjuang bersama-sama di kampus UNIMUS. Terima kasih juga atas



semangat dan dukungan serta saran yang kalian berikan selama kita kuliah bersama.

8. Seluruh staff tata usaha dan perpustakaan atas segala bantuan selama proses penyusunan usulan penelitian hingga selesai.
9. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan usulan penelitian.

Penulis menyadari bahwa usulan penelitian ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan segala kritik dan saran yang lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.

Semarang, 29 September 2020

Penyusun

(Novita Ulfa K)  
NIM. E2A016019

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	5
1.4 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	9
2.1.2 Harga.....	13

2.1.3	Kualitas Produk.....	16
2.1.4	Brand Image.....	19
2.2	Indikator dan Skala Pengukuran.....	22
2.3	Penelitian Terdahulu.....	24
2.4	Kerangka Pemikiran.....	29
2.5	Pengembang Hipotesis.....	31
2.6	Hipotesis.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>35</b>
3.1	Lokasi Penelitian.....	35
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
3.2.1	Variabel Penelitian.....	35
3.2.2	Definisi Operasional.....	35
3.3	Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1	Populasi.....	38
3.3.2	Sampel.....	39
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.4.1	Data primer.....	40
3.4.2	Data Sekunder.....	40
3.5	Metode Penelitian Data.....	41
3.6	Metode Analisis Data.....	42
3.6.1	Analisis Data Kualitatif.....	42
3.6.2	Analisis data Kuantitatif.....	43
3.7	Uji Kualitas Data.....	43

3.7.1	Uji Validasi .....	43
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	44
3.8	Uji Asumsi Klasik .....	44
3.8.1	Uji Normalitas.....	44
3.8.2	Uji Multikolinearitas.....	45
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas .....	46
3.8.4	Uji Autokorelasi.....	46
3.9	Analisis Regresi Linear Berganda .....	46
3.10	Uji Hipotesis .....	47
3.10.1	Uji Parsial (Uji t).....	47
3.10.2	Uji Simultan (Uji F).....	47
3.10.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>49</b>
4.1	Deskriptif Obyek Penelitian .....	49
4.1.1	Gambaran Umum Kopi “Janji Jiwa” .....	49
4.1.2	Deskripsi Responden .....	49
4.1.3	Identitas Responden.....	50
4.2	Analisis Kuantitatif.....	51
4.2.1	Indikator Variabel Brand Image (X1).....	51
4.2.2	Indikator Variabel Kualitas Produk(X2).....	53
4.2.3	Indikator Variabel Harga Produk (X3) .....	54
4.2.4	Indikator Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	55
4.3	Uji Kualitas Data .....	56

4.3.1 Hasil Pengujian Validitas.....	56
4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	57
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.4 Analisis Regresi Berganda.....	61
4.3.5 Hipotesis .....	63
4.3.6 Koefisien Determinasi .....	65
4.4 Pembahasan .....	66
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran .....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	73



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Indikator dan Skala Pengukuran .....	22
Tabel 2. 2 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 2 Pendidikan.....	50
Tabel 4. 3 Pekerjaan.....	51
Tabel 4. 4 Indikator Variabel Brand Image (X1).....	52
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk (X2) .....	53
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga Produk (X3) .....	54
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan Konsumen (Y)....	56
Tabel 4. 8 Uji Validitas .....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas .....	60
Tabel 4. 11 Hasil Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji t.....	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Analisis Grafik Normal Plot.....	59
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas.....	61



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuisisioner Penelitian.....	74
Lampiran B. Tabulasi Data Hasil Jawaban Responden .....	78
Lampiran C. Olah Data SPSS .....	90
Lampiran D. Tabel r .....	94
Lampiran E. Tabel t.....	97
Lampiran F. Tabel F.....	100

