



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST*, DAN CITRA
MEREK PRODUK AQUA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Jember Tahun Angkatan 2013/2014)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar sarjana ekonomi

Oleh :

Indah Pujiati

NIM. 1310411104

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

MARET, 2017



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST*, DAN CITRA
MEREK PRODUK AQUA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Jember Tahun Angkatan 2013/2014)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar sarjana ekonomi

Oleh :

Indah Pujiati

NIM. 1310411104

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

MARET, 2017

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : Indah Pujiati

N I M : 1310411104

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND TRUST, DAN CITRA MEREK PRODUK AQUA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 29 Maret 2017

Yang menyatakan,

Indah Pujiati

NIM. 13.1041.1104

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND TRUST*, DAN CITRA MEREK PRODUK AQUA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas
Ekonomi Prodi Manajemen Tahun Angkatan 2013-2014)

Oleh :

Indah Pujiati

NIM. 13.1041.1104

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs.Muhamad Naely Azhad, M.Si

Dosen Pembimbing Pendamping : Akhmad Fahrur Rozi, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Dan Citra Merek Produk Aqua Terhadap Kepuasan Konsumen*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

H a r i : Senin
Tanggal : 27 Maret 2017
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Nurul Qomariah, MM
NIP. 06 03 426

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si
NPK. 196612311993031006

Akhmad Fahrur Rozi, SE, MM
NPK. 19900201.1.1703798

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si
NPK. 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc
NPK. 85 03 125

MOTTO

Orang pintar mikir ribuan mil, jadi terasa berat. Saya gak pernah mikir karena cuma melangkah saja. Ngapain mikir kan cuma selangkah.

Smart people thinking thousands of miles, so heavy. I do not ever think for just a step away. Why should thinkers're just one step.

Bob Sadino

Jangan buat singkat proses mu, karena proses mu yang akan membantumu berbicara.

Do not make your short process, because the process that will help you speak.

Indah

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT dan rasa terimakasih penulis persembahkan karya tulis ini kepada :

Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahNya yang sangat berlimpah serta kesempatan dan kemudahan yang diberikanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Segenap keluargaku, terutama Ibuku terima kasih...atas segala pengorbanannya, doa, kasih sayang dan cinta kasih Ibu hingga aku bisa mencapai semua ini dengan segala kesabaran dan ketabahan yang mungkin aku tidak bisa membalas budi baik Ibu selama ini. Ibu adalah inspirasiku dalam mencapai kedewasaanku saat ini.

Mas Cansu Lelaki terbaikku yang selalu mengisi hari-hariku, selalu memberi dukungan dan semangat buatku hingga aku bisa mencapai semua ini. Terimakasih banyak ...

Terima kasih untuk adek-adek kost cantik yang selalu menyemangati saat aku mengerjakan skripsi ini

Almamaterku yang kubanggakan, Universitas Muhammadiyah Jember khususnya Fakultas Ekonomi Tahun Angkatan 2013.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karuniaNya sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas produk, *Brand Trust*, dan Citra Merek Produk AQUA Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember Tahun Angkatan 2013/2014)** ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan kepada:

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Drs.Muhamad Naely Azhad, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan memotivasi penulis selama pembuatan skripsi ini.
3. Bapak Akhmad Fahrur Rozi, SE, MM selaku dosen wali yang telah membantu dan meluangkan waktu dalam membimbing penulisan skripsi ini.
4. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas muhammadiyah Jember atas tambahan pengetahuan dan pembelajaran hidup yang penulis dapatkan selama kegiatan perkuliahan.
5. Segenap karyawan perpustakaan Universitas Muhammadiyah Jember yang membantu dalam mencari referensi yang diperlukan penulis.
6. Responden yang telah meluangkan waktu untuk menjawab setiap pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan penulis.
7. Terima kasih kepada kedua orang tua ku Sulasmi Ning Tyas dan I Wayan Gunawan yang selalu memberikan kasih sayang, mendoakan dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Terima kasih untuk Wildani, Viky, dan Kikik yang telah ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih Mas Candra yang selalu memberikan semangat, dukungan dan menemani mengerjakan skripsi ini mulai dari awal sampai selesai.
10. Terima kasih untuk teman-teman Alayers yang telah memberi support
11. Terimakasih teman-teman semuanya yang telah banyak memberi dukungan.
12. Pihak-pihak lain yang sudah banyak membantu penulis selama proses pembuatan skripsi ini dari awal hingga akhir dan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Definisi Pemasaran	10
2.1.2 Definisi Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.3 Definisi Kualitas Produk.....	12
2.1.4 Definisi Merek	15
2.1.5 Definisi <i>Brand Trust</i>	18
2.1.6 Citra Merek	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22

2.3 Kerangka Konseptual.....	24
2.4 Hipotesis Penelitian	24
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.3 Desain Penelitian	29
3.4 Jenis Data	30
3.5 Metode Pengambilan Sampel	30
3.5.1 Populasi.....	30
3.5.2 Sampel.....	30
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7 Skala Pengukuran.....	32
3.8 Teknik Analisis Data.....	33
3.8.1 Analisis Data Kualitatif.....	33
3.8.2 Analisis Data Kuantitatif.....	34
3.9 Uji Instrumen	35
3.9.1 Uji Validitas	35
3.9.2 Uji Reliabilitas	35
3.10 Analisis Regresi Berganda	36
3.11 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.11.1 Uji Multikolinieritas.....	37
3.11.2 Uji Normalitas.....	37
3.11.3 Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.12 Uji Hipotesis	38
3.12.1 Uji t (Parsial).....	38
3.12.2 Uji F (Simultan)	39
3.12.3 Koefisien Determinasi (R ²)	40
BAB 4. PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	41
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	42

4.1.2.1	Visi Perusahaan	42
4.1.2.2	Misi Perusahaan.....	43
4.1.3	Struktur Organisasi	43
4.1.4	Fungsi dan Tugas Jabatan	44
4.1.5	Aspek Personali	46
4.1.5.1	Jumlah Karyawan	46
4.1.5.2	Aspek Pemasaran.....	47
4.1.6	Jenis Data Untuk Analisis	48
4.1.6.1	Gambaran Umum Responden.....	48
4.1.6.2	Analisis Deskriptif Variabel penelitian	49
4.2	Analisis Data	57
4.2.1	Uji Instrumen Data.....	57
4.2.1.1	Uji Validitas.....	57
4.2.1.2	Uji Reliabilitas.....	58
4.2.2	Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.2.3.1	Uji Normalitas	61
4.2.3.2	Uji Multikolinearitas	62
4.2.3.3	Uji Heterokedastisitas.....	63
4.2.4	Uji Hipotesis	64
4.2.4.1	Uji t.....	64
4.2.4.2	Uji F.....	66
4.2.4.3	Koefisien Determinasi	66
4.3	Pembahasan.....	67
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perusahaan-perusahaan AMDK.....	1
Tabel 1.2 Data Top Brand.....	2
Tabel 1.3 Hasil Wawancara	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi	48
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	49
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif <i>Brand Trust</i>	51
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Citra Merek.....	53
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen	55
Tabel 4.6 Uji Validitas	58
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas.....	63
Tabel 4.10 Uji t	65
Tabel 4.11 Uji F	66
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan Aqua.....	43
Gambar 4.2 Uji Normalitas	62
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas	64

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN 2 Rekapitulasi Kuesioner

LAMPIRAN 3 Frekuensi Pernyataan Responden

LAMPIRAN 4 Uji Instrumen Data

LAMPIRAN 5 Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi dan Uji Hipotesis

LAMPIRAN 6 Tabel r, Tabel Distribusi t, dan Tabel Distribusi F

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1996. *Building Strong Brands* 1 st ed., The Free Press: New York.
- Adi, Albertus Ferry Rostya. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Annisa, Mira. 2016. *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Jasa Kurir*. Ekonomi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta
- Arjun Chaudhuri; Morris B Holbrook. 2001. *The Chain of Effect from Brand Trust and Brand Effect to brand performance : The Role of Brand Loyalty*. Journal of Market Focused Management
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bounds, G. et al, (1994). *Beyond Total Quality Management Toward The Emerging Paradigm*. New York:Mc-Graw Hill Book Inc.
- Boyd, Harper W. 2000. *Manajemen pemasaran*. Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta
- David, Downey. 2002. *Manajemen Agribisnis*. Buku Keempat, Erlangga, Jakarta
- Delgado, E. 2004. *Applicability of Brand Trust Scale Across Product Categories : A Multigroup Invariance Analysis*, European Journal Of Marketing, Vol. 38 No. 5/6, pp. 573-96.
- Diza, Farah, Silcyljeova Moniharapon, Imelda W. J Ogi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal EMBA 109 Vol.4 No.1 Maret 2016.
- Djaali, 2008. *Skala likert*. Jakarta: PustakaUtama
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Tony Sitinjak, 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT SUN, Jakarta.
- Engel, James F, et.al,1995. *Consumen Behavior*. Alih Bahasa: Budiyanto, Jilid 1 dan 2, Bina Rupa Aksara, Jakarta.

- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu
- Fournier, Susan. 1998. *Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research*. Journal of Consumer Research, 24 (4), 343-373
- Garbarino dan Johnson, 1999. *The Different Roles of satisfaction*. Journal of Marketing
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro
- _____, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. (edisi kelima.) Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hernama, 2006. *Analisis Kepuasan Pelanggan pada Produk Tepung Ketan Merk Rose Brand PT Sungai Budi Jakarta*. Universitas Gunadarma, Jakarta,
- Indriantoro dan Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Iriyanti, Emik, Nurul Qomariah, Akhmad Suharto. 2016. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol 2. No. 1 Juni 2016
- Keller, K.L. 1993. *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer - Based on Brand Equity*. Journal of Marketing, Vol. 57
- _____. 1998. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall
- _____. 2003. *Strategic Brand Manajemen*. Second Edition, Prentice Hall
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control* (9th ed.).New Jersey: Prentice Hall International, Inc
- _____. 2000. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhallindo, Jakarta
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kedelapan, Jakarta, Erlangga
- _____. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Keller 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid I (edisi Bahasa Indonesia)*. PT. Indeks, Jakarta
- Lasander, Christian, 2013. *Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional*. Jurnal EMBA Vol.1 No.3 September 2013 Hal.284-293
- Lovelock, Chirstoper Dan Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing*. New Jersey USA : Pearson
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Martin-Consuegra, David., Arturo Molina, dan Agueda Esteban. 2006. *The Customers' Perspective on Relational Benefits in Banking Activities*. Journal of Financial Services Marketing, Vol. 10. pp. 98-108
- Meenaghan. 1995. *The Role of Advertising in Brand Image Development*. Journal of Product and Brand Management, Vol. 4 No. 4
- Nana Syaodih Sukmadinata. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Prayitno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Data Statistik dengan SPSS*. MediaKom, Yogyakarta.
- Putri, Nandya Ayu, Zainul Arifin, Wilopo. 2016 *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Switching Barrier Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol.32 No.1Maret 2016
- Rangkuti, Freddy (2004). *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sarwano, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sevilla, Consuelo G. *et. al* (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City

- Singarimbun, Masri, dan Sofian, Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survey*. Cetakan Kedelapanbelas, Edisi Revisi, Penerbit PT Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta
- Stanton, William. 1996. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid Kedua, Edisi Ketujuh, Erlangga : Jakarta
- Stephen L. Sondoh et., al. 2007. The Effect of Brand Image on Overall Satisfaction and Loyalty Intention in The Context of Color Cosmetic. *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 12, No. 1, 83–107
- Sugiyono. 1999. *Statistik untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung
- _____. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarni dan Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian dan Bisnis*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Supranto, J. 2005. *Ekonometrika*. Bogor Ghalia Indonesia
- Tjahyadi, Rully Arlan. 2006. *Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek*. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta : Andi Offset.
- _____. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi
- _____. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta
- _____. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, ANDI: Yogyakarta
- _____. 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia, Malang
- Tse David K & Peter C Wilton. 1988. *Model of Consumer satisfaction Formation : An Extension*. *Journal Of Marketing Research*, Vol XXV, pp 204-212