



**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**
(Studi Empirik Pada Member Flashin di Kabupaten Banyuwangi)

SKRIPSI

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

Oleh :

Erviana Dewi
NIM. 1410411099

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2018**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erviana Dewi

NIM : 1410411099

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Empirik Pada Member Flashin di Kabupaten Banyuwangi)** 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 isisnya, 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 dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 6 Juni 2018

Peneliti

Materai 6000

Erviana Dewi

NIM. 1410411099

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Empirik Pada Member Flashin di Kabupaten Banyuwangi)



Oleh :

Erviana Dewi
NIM. 1410411099

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Toni Herlambang, S.E., M.M.

Dosen Pembimbing Pendamping : Haris Hermawan, S.E., M.M.

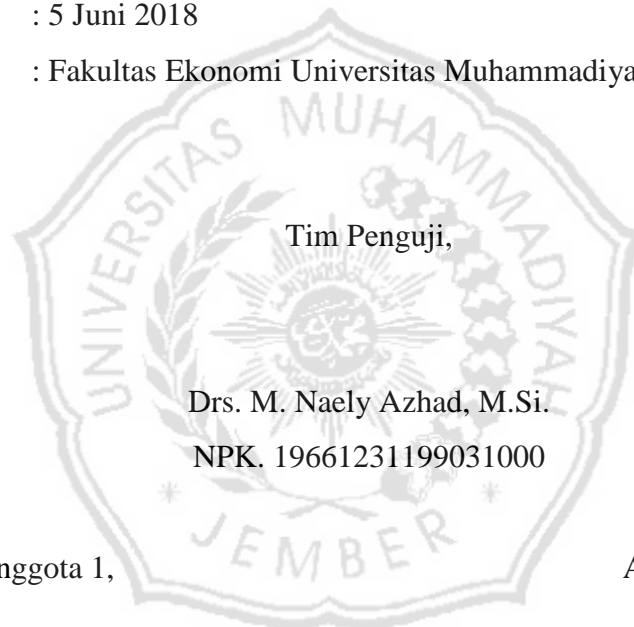
PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Empirik Pada Member Flashin di Kabupaten Banyuwangi), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 5 Juni 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember



Tim Penguji,

Drs. M. Naely Azhad, M.Si.

NPK. 19661231199031000

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Toni Herlambang, M.M.

NPK. 06 03 425

Haris Hermawan, S.E., M.M.

NPK. 15 03 643

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, M.Si.

NPK. 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc

NPK. 85 03 125

MOTTO

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu.

Allah Maha Mengetahui, sedang kamu tidak mengetahuinya.

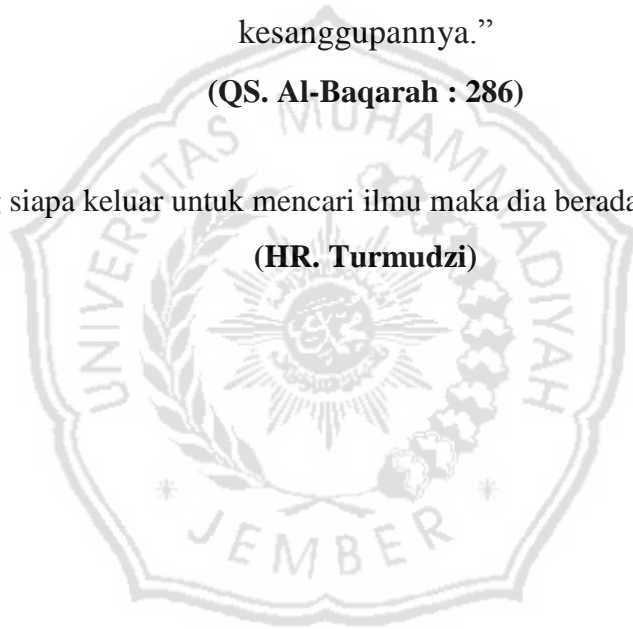
(QS. Al-baqarah : 216)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah”

(HR. Turmudzi)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibu dan Ayah

Terimakasih atas kasih sayang dan pengorbanannya selama ini

2. Suami tercinta

Terimakasih karena senantiasa memberikan dukungan dan motivasi

3. Teman Seperjuangan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah

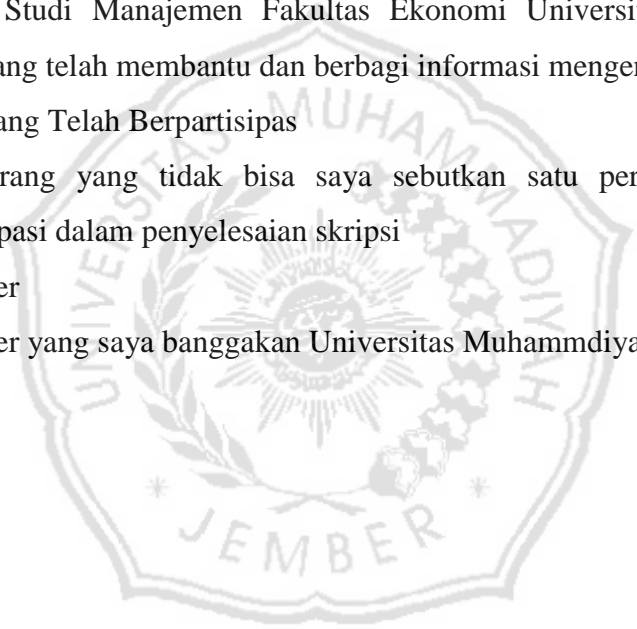
Jember yang telah membantu dan berbagi informasi mengenai skripsi

4. Semua Yang Telah Berpartisipasi

Semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi

5. Almamater

Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammdiyah Jember



ABSTRAK

Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh citra merek dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada member Flashin Banyuwangi. Jenis penelitian kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh member Flashin di Banyuwangi, yakni berjumlah 1.180 orang. Sampel yang diambil adalah 93 responden dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis menggunakan *path analysis*. Pada model 1 diketahui variabel citra merek dan harga memiliki nilai koefisien positif, artinya jika citra merek dan harga semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Pada model 2 diketahui variabel citra merek, harga dan kepuasan pelanggan memiliki nilai koefisien positif, artinya jika citra merek, harga dan kepuasan pelanggan semakin baik, maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat. Hasil penelitian membuktikan bahwa citra merek dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek, harga dan kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Analisis koefisien determinasi pada model 1 menunjukkan bahwa 38,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh citra merek dan harga, sedangkan sisanya 61,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan. Analisis koefisien determinasi pada model 2 menunjukkan bahwa 56,5% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh citra merek, harga dan kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 43,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan, seperti variabel kualitas produk, pelayanan dan variabel lainnya.

Kata kunci: citra merek, harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This research has a purpose to analyze the influence of brand image and price on customer satisfaction and customer loyalty to member of Flashin Banyuwangi. This type of research is quantitative and research design is explanatory. The population in this research is all members of Flashin in Banyuwangi, which amounted to 1180 members. The samples used were 93 respondents, using the technique of probability sampling with purposive sampling approach. The analysis tool using path analysis. The model 1 shows that brand and price variables have a positive coefficient value, meaning if the better brand image and price, then the customer satisfaction will increase. The model 2 shows brand image, price and customer satisfaction variables has a positive coefficient value, meaning the better brand image, price and customer satisfaction, then customer customer loyalty will be increasing. The results prove the brand image and price has a significant influence on customer satisfaction. Brand image, price and customer satisfaction also have a significant influence on customer loyalty. Determination coefficient analysis in model 1 shows that 38.6% customer satisfaction is influenced by brand image and price, while the remaining 61.4% influenced by other variables outside the model or equation. Determination coefficient analysis in model 2 shows that 56.5% customer loyalty is influenced by brand image, price and customer satisfaction, while the rest 43,5% influenced by other variable outside model or equation, like product quality variable, service and other variable.

Key words: brand image, price, customer satisfaction, customer loyalty

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah peneliti persembahkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas izin dan ridhoNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Empirik Pada Member Flashin di Kabupaten Banyuwangi)”.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa bantuan dari pihak lain, karena itu peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
2. Drs. Anwar, M.Sc. sebagai Ketua Program Studi Manajemen
3. Drs. M. Naely Azhad, M.Si. sebagai Dosen Penguji
4. Dr. Toni Herlambang, M.M. sebagai Dosen Pembimbing Utama dan Haris Hermawan, S.E., M.M. sebagai Dosen Pembimbing Pendamping
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi
6. Kedua orang tua, terimakasih atas doa dan pengorbanannya selama ini
7. Teristimewa suami tercinta, terimakasih atas dukungan, nasehat dan motivasi
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti menerima segala saran dan kritik dari pembaca agar dapat menjadi bahan evaluasi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan bagi almamater tercinta.

Hormat saya,
Erviana Dewi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3.Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Pemasaran	11
2.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.3 Bauran Pemasaran.....	20
2.4 Citra Merek	23
2.5 Harga.....	25
2.6 Kepuasan Pelanggan	31
2.7 Loyalitas Pelanggan	33
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	37
2.9 Kerangka Konseptual.....	38
2.10 Hipotesis	39
BAB 3. METODE PENELITIAN	44
3.1 Identifikasi Variabel.....	44
3.2 Definisi Operasional Variabel	45
3.3 Desain Penelitian	46
3.4 Jenis Data.....	46
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	47
3.5.1 Populasi.....	47
3.5.2 Sampel	47
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	48
3.7 Teknik Pengumpulan Data	48
3.7 Teknik Analisis Data	50
3.7.1 Uji Instrumen Data	50
3.7.2 <i>Path Analysis</i>	56

3.7.3 Uji Asumsi Klasik	52
3.7.4 Uji Hipotesis.....	54
3.7.5 Analisis Koefisien Determinasi	54
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.1 Sejarah Flashin.....	56
4.1.2 Struktur Organisasi Flashin	57
4.1.3 Visi dan Misi Flashin.....	58
4.2. Analisis Deskriptif	58
4.2.1 Identitas Responden	58
4.2.2 Analisis Deskriptif Frekuensi Jawaban Responden	60
4.3 Hasil Analisis Data	65
4.3.1 Uji Instrumen Data	65
4.3.2 <i>Path Analysis</i>	67
4.3.3 Uji Asumsi Klasisk	70
4.3.4 Uji Hipotesis.....	74
4.3.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	75
4.4 Pembahasan	76
4.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	76
4.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	77
4.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	78
4.3.4 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	78
4.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan ..	79
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Produk Flashin	5
Tabel 1.2. Penjualan Produk Flashin	6
Tabel 1.3. Penjualan Produk Flashin di Banyuwangi Tahun 2017	7
Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	37
Tabel 2.2. Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.2. Skala Pengukuran Likert.....	49
Tabel 4.1. Masa Aktif Responden Menjadi Member Flashin	58
Tabel 4.2. Usia Responden.....	59
Tabel 4.3. Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 4.4. Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Citra Merek.....	60
Tabel 4.5. Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Harga	61
Tabel 4.6. Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	63
Tabel 4.7. Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	64
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.10. Koefisien Jalur Model 1	67
Tabel 4.11. Koefisien Jalur Model 2.....	69
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.13. Hasil Uji Hipotesis	74
Tabel 4.14. Hasil Koefisien Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen.....	20
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual	39
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	57
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 1	71
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 2	72
Gambar 4.4. Hasil Uji Normalitas Model 1	73
Gambar 4.5. Hasil Uji Normalitas Model 2	73



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2. Rekap Jawaban Responden	91
Lampiran 3. Output SPSS : Deskriptif Frekuensi	94
Lampiran 4. Output SPSS : Uji Instrumen.....	99
Lampiran 5. Output SPSS : <i>Path Analysis</i>	104
Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian.....	111



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21*. Edisi Ketujuh. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*. Erlangga, Jakarta.
- Hoeffler, Steve dan Keller, Kevin Lane. 2005. The Marketing Advantages of Strong Brands. *Brand Management*, Vol. 10, No.6.
- Irawan, Handi, 2008. *Membedah strategi Kepuasan pelanggan*. Gramedia, Jakarta.
- Iriyanti, Emik, Nurul Qomariah dan 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.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga, Jakarta.
- Lovelock, Chirstoper dan Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing*. Pearson, New Jersey. USA.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.

- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Pratiwi, Dinar Ika. 2010. *Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimited di Semarang*. Hasil Penelitian Tidak Dipublikasikan, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media, Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Indeks, Jakarta.
- Shimp, Terence A. 2008. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu*. Erlangga, Jakarta.
- Simamora, 2003. *Membongkar Kotak Hitam Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sutisna. 2008. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Ketiga. PT. Remaja Posdakarya, Bandung.
- Suwandi, Andi Sularso dan Imam Suroso. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pos Ekspres di Kantor Pos Bondowoso dan Situbondo. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 14.
- Swastha, Basu. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Liberty, Jakarta.
- Swastha, Basu & Hani Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran - Analisis Perilaku Konsumen*. BPF, Yogyakarta.

- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Yana, Ravita Dwi, Suharyono dan Yusri Abdillah. 2015. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Konsumen Produk Busana Muslim Dian Pelangi di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 21, No. 1.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Manajemen Jasa*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. 2011. *Service Quality and Satisfaction*. Andi, Yogyakarta.
- Tranggono, Retno Iswari. 2007. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Zeithaml, Valarie, Marry Jo Bitner & Dwayne D. Gremler. 2006 *Services Marketing - Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York, McGraw Hill.