

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
LOYALITAS DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

SKRIPSI



Disusun oleh :

ALBERT YEREMIANTORO

Nomer Pokok : K.2018.1.34565

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Pemasaran

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUCECWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG**

2024

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
LOYALITAS DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

Untuk memenuhi Persyaratan
Dalam memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



Oleh :
ALBERT YEREMIANTORO
K.2018.1.34565

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUCECWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG
2024**

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
YANG DIMODERASI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PELANGGAN KOPI NAKOA DI
KOTA MALANG)

Oleh :

ALBERT YEREMIANTORO

K.2018.1.34565

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

23 Pebruari 2024 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

LIDIA ANGHANI, SE., MM.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuççwara

Drs. BUNYAMIN, MM., Ph.D.
NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 08-02-2024



NPK: L.2003.1.34761

SURAT KETERANGAN RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Kepala bagian... *Leader* (SPU)
menerangkan bahwa:

Nama : ALBERT YEREMIANTORO
NPK : K.2018.1.34565
Program Studi : Manaiemen
Alamat :
No HP :
E-mail :

Adalah mahasiswa STIE Malanguçewara yang telah mengadakan riset dengan data diambil dari: PELANGGAN COFFEE SHOP NAKOA DI KOTA MALANG

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMODERASI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PELANGGAN KOPI NAKOA DI KOTA MALANG)”

Dosen pembimbing: LIDIA ANDIANI, SE., MM.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 2-2-2023

Responden/yang berwenang dari perusahaan

(*Safira Antonius*)

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa dengan segala rahmat-Nya yang memberikan kekuatan dan kemudahan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya terkasih yang selama proses perkuliahan sampai penelitian memberikan doa dan perhatian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.
3. Bapak Drs. Bunyamin, M.M.,Ph.D., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi MALANGKUÇEÇWARA.
4. Ibu Dra. Lindananty, MM. selaku ketua program studi Manajemen.
5. Ibu Lidia Andiani, S.E., MM. selaku dosen pembimbing.
6. Ibu Dra. Evi Maria, SE, Ak., MM, CA selaku dosen wali yang selalu memberikan arahan dan motivasi selama proses perkuliahan sampai akhir.
7. Rekan-rekan terdekat dari awal kuliah sampai tahap akhir, Feris, Dicky, Julio, Andre, dan teman teman lainnya.

Semoga semua dukungan dan motivasi yang sudah di berikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya.

Malang, 17 April 2024



Albert Yeremiantoro

ABSTRAK

Persaingan yang dihadapi perusahaan saat ini semakin ketat, perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing agar terus dapat bertahan. Salah satu hal yang penting untuk menciptakan keunggulan bersaing ialah dengan fokus kepada konsumen. Fokus terhadap konsumen dapat dilakukan dengan cara memberikan pengalaman atau experience yang dirasakan dari kontak hubungan produsen dengan konsumen tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kepuasan pelanggan dapat memoderasi pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan kopi Nako di Kota Malang.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di Nako cafe. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling yakni sebanyak 97 orang pelanggan. Teknik analisis data menggunakan statistic deskriptif dan path analisis dengan menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Nako Cafe di Malang. Variabel Kepuasan Konsumen dapat memoderasi Hubungan antara Citra Merek terhadap keputusan Loyalitas Pelanggan Nako Cafe di Malang. Kepuasan Konsumen dapat memoderasi Hubungan antara Persepsi Harga terhadap keputusan Loyalitas Pelanggan Nako Cafe di Malang. Kata Kunci Citra Merek, Persepsi Harga, Kepuasan, Loyalitas

ABSTRACT

The competition faced by companies today is increasingly tight, requiring companies to have a competitive advantage in order to continue to survive. One important aspect of creating a competitive advantage is by focusing on customers. Customer focus can be achieved by providing experiences or interactions that customers perceive from the producer-customer relationship. The objective of this research is to analyze how customer satisfaction can moderate the influence of brand image and price perception on customer loyalty at Nako coffee customers in Malang City.

The population in this study consists of customers who visit Nako café. Sampling technique was conducted using purposive sampling method with 97 customers. Data analysis technique used descriptive statistics and path analysis using Partial Least Square (PLS). The research results indicate that brand image significantly influences customer loyalty. Price perception significantly influences customer loyalty. Customer satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty at Nako Cafe in Malang. Customer satisfaction moderates the relationship between brand image and customer loyalty decisions at Nako Cafe in Malang. Customer satisfaction moderates the relationship between price perception and customer loyalty decisions at Nako Cafe in Malang.

Keywords: Brand Image, Price Perception, Satisfaction, Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan laporan yang berjudul “PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMODERASI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PELANGGAN KOPI NAKOA DI KOTA MALANG)” dari mata kuliah Tugas Akhir.

Penulis telah menyusun laporan yang bertujuan untuk memperoleh nilai Tugas Akhir dalam mata kuliah Tugas Akhir. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian laporan ini. Penulis telah berupaya untuk memberikan hasil yang terbaik, tetapi jika ada kesalahan penulis bersedia menerima kritik, dan saran yang membangun. Akhir kata penulis berharap dengan adanya laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekaligus memperdalam pengetahuan, dan memperkaya wawasan seputar berjudul “PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMODERASI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PELANGGAN KOPI NAKOA DI KOTA MALANG)”.

Malang, 13 Febuari 2024



Albert Yeremiantoro

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
SURAT KETERANGAN RISET.....	v
RIWAYAT HIDUP	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.2.1 Brand Image (Citra Merek)	7
2.2.2 Persepsi Harga	11
2.2.3 Kepuasan Pelanggan.....	13
Loyalitas Konsumen.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Model Konseptual.....	20
2.4 Hipotesis Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	22

3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	23
3.6.1 Definisi Operasional Variabel	23
3.6.2 Skala Pengukuran	27
3.4 Jenis dan Sumber Data	27
3.5 Metode Pengumpulan Data	27
3.6 Analisis Data	28
3.6.1 Analisis Deskriptif	28
3.6.2 Metode Analisis Data (Path)	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Penyajian Data	32
4.1.1 Gambaran Umum Nako Cafe Kota Malang	32
4.1.2 Deskripsi Responden	33
4.2 Diskripsi Variabel	36
4.3 Analisis Data	41
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	41
4.3.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	51
4.3.3 Pengujian Hipotesis	53
4.4 Pembahasan	56
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i>	56
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i>	57
4.4.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i>	59
4.4.4 Pengaruh Citra Merek terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i> dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel moderasi	61
4.4.5 Pengaruh Citra Merek terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i> dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel moderasi	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Keterbatasan Penelitian	66
5.3 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
DAFTAR LAMPIRAN	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Konseptual	20
Gambar 4. 1 Hasil Rekalkulasi PLS Algorithm	41

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel, Indikator, dan Butir	25
Tabel 3.2 Skala Likert	28
Tabel 4.1 Diskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.2 Diskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 4.3 Diskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	34
Tabel 4.4 Diskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	35
Tabel 4.5 Diskripsi Responden Berdasarkan waktu	36
Tabel 4.6 Interpretasi Nilai Rerata/Mean Variabel Penelitian	36
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek(X1).....	37
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2).....	38
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel.....	39
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel.....	40
Tabel 4.11 Average Veriance Extracted (AVE)	42
Tabel 4.12 Hasil Uji Cross Loading.....	43
Tabel 4.13 Discriminant Validity.....	45
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Item-Item	46
Tabel 4.15 Collinearity Statistik	47
Tabel 4.16 Outer Weight.....	47
Tabel 4.17 Outer Loading	49
Tabel 4.18 R-Square.....	51
Tabel 4.19 Effect size (f Square).....	52
Tabel 4.20 Path Coefficient.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Rekapitulasi Data Penelitian.....	73
Lampiran 2 Rekalkulasi Algorithm.....	76
Lampiran 3 Outer Weight	77
Lampiran 4 Outer Loading.....	78
Lampiran 5 Koefisien Jalur	78
Lampiran 6 R Square	78
Lampiran 7 f Square.....	79
Lampiran 8 Validitas Reabilitas Konstruk.....	79
Lampiran 9 Discriminant Validity	79