

**PENGARUH BRAND IMAGE, FITUR, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Konsumen *Smartphone* Xiaomi di STIE Malangkececwara)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Disusun oleh :

Nomor Pokok :K.2016.5.33924

Jurusan :Manajemen

Progran Studi :Marketing

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKECECWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG 2019**

**PENGARUH BRAND IMAGE, FITUR, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Konsumen *Smartphone* Xiaomi di STIE Malangkececwara)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

Ibram Hanif Taufiki

K.2016.5.33924

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKECECWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG 2019**

SKRIPSI

-PENGARUH BRAND IMAGE, FITUR, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh :

IBRAM HANIF TAUFIKI

K.2016.5.33924

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :
25 Agustus 2020 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

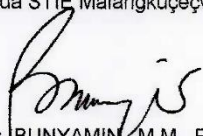
Dosen Pembimbing

ttd

Dr. NUNUNG NURASTUTI UTAMI , SE., M.Si.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçeçwara

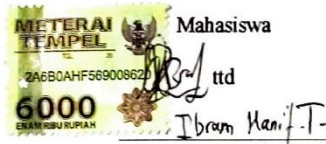

Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

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, 13 Agustus 2020



NPK: K.2016.5.33924

SURAT KETERANGAN RISET



SURAT KETERANGAN Nomor: 0577.3/BAAK/VIII/2020

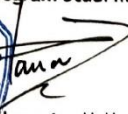
Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçwara Malang menerangkan bahwa:

Nama : Ibram Hanif Taufiki
NPK : K.2016.5.33924
Jurusan : Manajemen
Alamat : Jl. Terusan Sidomoro II No.4 Malang

Adalah mahasiswa STIE Malangkuçwara yang telah mengadakan riset dengan data diambil dari mahasiswa STIE Malangkuçwara untuk menyelesaikan tugas akhir dengan judul:

PENGARUH BRAND IMAGE, FITUR, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (PRODUK XIAOMI)

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 Agustus 2020
Ketua Program Studi Manajemen

Dina. Lydananty, M.M.
MALANG 202.710.194

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunia-Nya penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Fitur, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”. Penelitian ini dilakukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada STIE Malangkuçeçwara.

Penulis berusaha membuat laporan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut serta dalam membimbing dan memberi dukungan sehingga laporan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar:

1. Yang terhormat Bapak Bunyamin, Drs,M.M.,Ph.D, selaku ketua STIE Malangkuçeçwara.
2. Yang terhormat Ibu Dr.Nunung Nurastuti Utami, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, dan mendukung penulis dari awal hingga akhir laporan skripsi ini.
3. Ucapan terima kasih untuk seluruh dosen dan staff yang telah membimbing penulis semasa perkuliahan di STIE Malangkuçeçwara ini.
4. Yang tersayang keluarga serta pasangan penulis yaitu, Niken Hardianti Pradani, dan juga teman-teman se bimbingan, grub Bidik Misi 2016, grup Rame-Rame yang selalu membantu penulis dan semua teman-teman penulis yang tidak di sebutkan satu persatu.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan menguji pengaruh *Brand Image*, Fitur, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening pada produk Xiaomi. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE Malangkuçewara Malang. Sampel berjumlah 142 orang yang berusia 17 tahun keatas serta pernah atau sedang menggunakan produk Xiaomi. Metode pengambilan data dilakukan dengan survey menggunakan kuesioner dan teknik analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan analisis menggunakan aplikasi SPSS 25. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Brand image*, Fitur dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen 2) *Brand image*, Fitur dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan 3) *Brand image*, Fitur dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua variabel yang ada pada penelitian ini terbukti signifikan, berhubungan dan saling berpengaruh antar variabelnya.

Kata Kunci : *Brand image, Fitur, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Xiaomi.*

ABSTRACT

This study aims to determine, analyze, and test the effect of Brand Image, Features, and Price Perception on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as an intervening variable in Xiaomi products. This type of research uses a quantitative approach. The population in this study were students of STIE Malangkuçewara Malang. The sample consisted of 142 people aged 17 years and over and had or are currently using Xiaomi products. The method of data collection was carried out by survey using questionnaires and data analysis techniques were carried out by descriptive analysis and analysis using the SPSS 25 application. Based on the results of the analysis and discussion it can be concluded that the results of the study indicate that 1) Brand image, features and price perceptions have a positive and significant effect on satisfaction. consumers 2) Brand image, features and price perceptions have a positive and significant effect on customer loyalty 3) Brand image, price features and perceptions have a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction. The conclusion of this research is that all the variables in this study are proven to be significant, related and influence each other between variables.

Key words: *Brand image, Features, Price Perception, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Xiaomi.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa Karena berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penuisan skripsi guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar sarjana Ekonomi di STIE Malangkuçewara Malang. Adapun Judul dalam skripsi ini adalah “pengaruh Brand Image, Fitur, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Intervening ”.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu, Demi sempurnanya skripsi ini penulis membutuhkan dukungan dan menyumbangkan pikiran yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun

Malang, 03 September 2020

Penulis,

Ibram Hanif Taufiki

DAFTAR ISI

Pernyataan Orisinalitas	ii
Surat Keterangan Riset.....	iii
Riwayat Hidup	iv
Ucapan Terima Kasih	v
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
KATA PENGANTAR	10
DAFTAR ISI	11
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1.1. Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3. Tinjauan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1. Secara Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2. Secara Praktis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Tinjauan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Brand Image.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Fitur	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. Persepsi Harga	Error! Bookmark not defined.
2.1.4. Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.1.5. Loyalitas Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.1	Error! Bookmark not defined.

Penelitian terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pemecahan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.4.1. Pengaruh Brand Image, Fitur, Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.2. Pengaruh Brand Image, Fitur, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.3. Pengaruh Brand Image, Fitur, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1. Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.2.2. Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3 Variabel, Oprasionalisasi, & Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1. Variabel Bebas (independent variable).....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2. Variabel Intervening (intervening variable)	Error! Bookmark not defined.
3.3.3. Variabel Terikat (dependent variable).....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5 Prosedur Analisis	Error! Bookmark not defined.
3.5.1. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.5.2. Analisis Kuantitatif	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1 Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.1 Persamaan Diagram Jalur	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4.2.1. Deskripsi Data Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Penghasilan Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Pengeluaran Responden	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.4 Pengeluaran Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.2. Tanggapan Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Pengamatan Kuesioner Variabel X1	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Pengamatan Kuesioner Variabel X3	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 Pengamatan Kuesioner Variabel X3	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Pengamatan Kuesioner Variabel Z .	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9 Pengamatan Kuesioner Variabel Y .	Error! Bookmark not defined.
4.3. Pengujian Model dan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.3.1. Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.2. Uji Reabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.4. Uji Jalur (Path Analysis)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.12 Hasil analisis antara variabel <i>Brand Image</i> , Fitur, Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1 Hasil Diagram Jalur	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.13 Hasil analisis antara variabel <i>Brand Image</i> , Fitur, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	Error! Bookmark not defined.
4.5. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.5.1. Pengaruh langsung <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Pelanggan..	Error! Bookmark not defined.
4.5.2. Pengaruh langsung Fitur terhadap Kepuasan Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.3. Pengaruh langsung Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
4.5.4. Pengaruh langsung <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.	Error! Bookmark not defined.
4.5.5. Pengaruh langsung Fitur terhadap Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
4.5.6. Pengaruh langsung Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
4.5.7. Pengaruh langsung Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
4.5.8. Pengaruh tidak langsung <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.

4.5.9. Pengaruh tidak langsung Fitur terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.10. Pengaruh tidak langsung Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2. Kontribusi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.3. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 1. Kuisisioner	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2. Data Kuisisioner	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3. Sebaran Demografi Responden	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4. Hasil Distribusi Jawaban Responden	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5. Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6. Uji Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7. Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.