

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, KESADARAN
MEREK, DAN CITRA MEREK, TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MELALUI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK TAS ELIZABETH
DI SURABAYA



OLEH:
ANDRE CAHYA PAMUNGKAS
3103016195

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, KESADARAN
MEREK, DAN CITRA MEREK, TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MELALUI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK TAS ELIZABETH
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

ANDRE CAHYA PAMUNGKAS

3103016195

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN


SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, KESADARAN
MEREK, DAN CITRA MEREK, TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MELALUI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK TAS ELIZABETH
DI SURABAYA**

OLEH:
ANDRE CAHYA PAMUNGKAS
3103016195

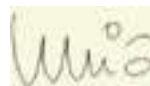
Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I



Drs. Ec. Cyrillius Martono, M.Si.
NIDN: 0706076302
Tanggal: 19 Juni 2020

Pembimbing II



Maria Mia Kristanti, SE.,MM.
NIDN: 0726016901
Tanggal: 19 Juni 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Andre Cahya Pamungkas NRP 3103016195
Telah diuji pada tanggal 06 Juli 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

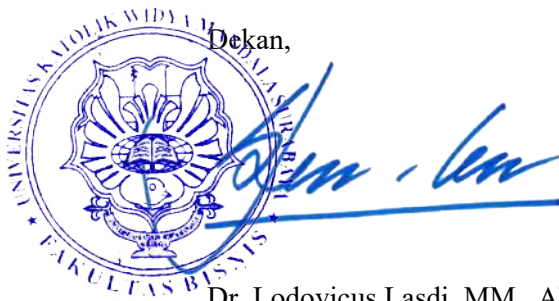
Ketua Tim Penguji:



Dr. Antonius Jan Wellyantony Putro, SE., M.Si.
NIDN: 0721017201

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA.
NIDN: 0713097203

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit Haribowo Lukito
CN=Robertus Sigit Haribowo
Lukito, OU=Head of
Management Department,
O=Widya Mandala Surabaya
Catholic University,
E=hod-manage@ukwms.ac.id
I am approving this document
Surabaya,East Java,IND
2020-07-29 04:57:39

Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc.
NIDN: 0703087902

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andre Cahya Pamungkas

NRP : 3103016195

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kualitas, Kesadaran Merek, dan Citra Merek, Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Produk Tas Elizabeth di Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Juni 2020
Yang Menyatakan,



Andre Cahya Pamungkas

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur pada Tuhan yang Maha Esa, karena berkat dan karunia yang telah dilimpahkan-Nya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyusun, mengerjakan, dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kualitas, Kesadaran Merek, dan Citra Merek, Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Produk Tas Elizabeth di Surabaya” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program studi S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis juga ingin menyampaikan ucapan banyak terima kasih, antara lain untuk:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA. Selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., Selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Drs. Ec. Cyrillius Martono, M.Si.. Selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing penulis dengan sabar dan membantu memberikan arahan dan masukan sejak awal pembuatan tugas akhir hingga selesai penyusunan tugas akhir ini.
4. Maria Mia Kristanti, SE.,MM.MM Selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing penulis dengan sabar dan membantu memberikan arahan dan masukan sejak awal pembuatan tugas akhir hingga selesai penyusunan tugas akhir ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.
6. Orang tua, kakak, keluarga, dan kerabat yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, tenaga, dan lain sebagainya selama proses penyelesaian penulisan tugas akhir ini.
7. Gerald Edo Athalarik, Daniel Arif Pranata, dan Stella Evelyn Wijayanto, selaku teman selama masa bimbingan skripsi yang selalu siap membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Adjie Prakoso, Angelin Monalisa Titiheru, Febianus Eka Yudha, Nathalia Christanti Putri, Pratama Gusmaraldy Putra, Septian Dwi Arizona, Tiofany Marcho Krisdinata, Yeremia Calvin Santoso, dan teman-teman lain yang memberikan dukungan selama masa bimbingan skripsi.

9. Teman – teman Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan teman – teman lain yang tidak dapat disebutkan satu – persatu dalam memberikan doa, semangat, waktu, dan sebagainya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Teman – teman asisten laboratorium Pusat Riset Bisnis yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini.
11. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner pada penelitian ini.
12. Kepada pihak – pihak berkepentingan yang tidak dapat disebutkan satu – persatu, penulis sangat berterima kasih, atas dukungan dan doanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari hasil yang sempurna karena adanya keterbatasan pengetahuan dan penulis. Oleh sebab itu, penulis berharap memperoleh sebuah kritikan serta saran yang membangun. Agar kekurangan di penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penyempurnaan pada penelitian – penelitian di masa yang akan datang. Mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan. Akhir kata dengan segala hormat dan kerendahan hati, besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dalam membantu pengembangan dalam ilmu pengetahuan. Terima kasih.

Surabaya, 19 Juni 2020

Andre Cahya Pamungkas

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| ABSTRAK | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| | |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi | 10 |
| | |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Landasan Teori | 11 |
| 2.1.1 Persepsi Kualitas | 11 |
| 2.1.2 Kesadaran Merek | 13 |
| 2.1.3 Citra Merek | 16 |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian | 19 |
| 2.1.5 Kepuasan Pelanggan | 21 |
| 2.3 Penelitian Terdahulu | 24 |
| 2.4 Pengembangan Hipotesis | 26 |
| 2.4.1 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian | 26 |
| 2.4.2 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian | 27 |
| 2.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian | 27 |
| 2.4.4 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan | 28 |
| 2.5 Rerangka Penelitian | 29 |
| | |
| BAB 3. METODE PENELITIAN | 30 |
| 3.1 Desain Penelitian | 30 |
| 3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel | 30 |
| 3.2.1 Identifikasi Variabel | 30 |

| | |
|--|-----------|
| 3.2.2 Definisi Operasional | 31 |
| 3.2.3 Pengukuran Variabel..... | 35 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data..... | 35 |
| 3.3.1 Jenis Data | 35 |
| 3.3.2 Sumber Data..... | 36 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data..... | 36 |
| 3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan | 36 |
| 3.5.1 Populasi..... | 36 |
| 3.5.2 Sampel..... | 36 |
| 3.5.3 Teknik Penyampelan..... | 37 |
| 3.6 Analisis Data..... | 37 |
| 3.6.1 Uji Validitas | 37 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas | 37 |
| 3.6.3 Uji Normalitas..... | 38 |
| 3.6.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model..... | 38 |
| 3.6.5 Uji Kecocokan Model Struktural | 40 |
| 3.6.6 Uji Hipotesis | 40 |
| BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 41 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Tas Merek Elizabeth | 41 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 41 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 42 |
| 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 42 |
| 4.2 Deskripsi Data | 43 |
| 4.2.1 Deskripsi Data Variabel Persepsi Kualitas | 43 |
| 4.2.2 Deskripsi Data Variabel Kesadaran Merek..... | 44 |
| 4.2.3 Deskripsi Data Variabel Citra Merek | 44 |
| 4.2.4 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian..... | 45 |
| 4.2.5 Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pelanggan | 46 |
| 4.3 Hasil Analisis Data | 46 |
| 4.3.1 Uji Normalitas..... | 46 |
| 4.3.2 Uji Validitas | 48 |
| 4.3.3 Uji Reliabilitas | 48 |
| 4.3.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model..... | 49 |
| 4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural | 50 |
| 4.3.6 Uji Hipotesis | 51 |
| 4.4 Pembahasan | 52 |
| 4.4.1 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian | 52 |
| 4.4.2 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian | 52 |
| 4.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian | 54 |

| | |
|--|-----------|
| 4.4.4 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan | 55 |
| BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN, SARAN | 57 |
| 5.1 Simpulan | 57 |
| 5.2 Keterbatasan | 58 |
| 5.3 Saran | 58 |
| 5.3.1 Saran Akademis | 58 |
| 5.3.2 Saran Praktis | 59 |

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 Barang yang Paling Sering Dibeli Secara <i>Online</i> | 2 |
| Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu | 24 |
| Tabel 3.1 <i>Goodness of Fit</i> | 39 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin | 41 |
| Tabel 4.2 Usia | 42 |
| Tabel 4.3 Pekerjaan | 42 |
| Tabel 4.4 Interval Rata – rata Setiap Variabel | 43 |
| Tabel 4.5 Deskripsi Data Variabel Persepsi Kualitas | 43 |
| Tabel 4.6 Deskripsi Data Variabel Kesadaran Merek..... | 44 |
| Tabel 4.7 Deskripsi Data Variabel Citra Merek..... | 44 |
| Tabel 4.8 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian..... | 45 |
| Tabel 4.9 Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pelanggan..... | 45 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> | 46 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> | 47 |
| Tabel 4.12 Uji Validitas | 47 |
| Tabel 4.13 Uji Reliabilitas | 48 |
| Tabel 4.14 Uji Kecocokan Keseluruhan Model | 49 |
| Tabel 4.15 Uji Hipotesis | 51 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 1.1. Tas Elizabeth Tembus Pasar Internasional..... | 6 |
| Gambar 1.2. Elizabeth: Tetap Eksis di Tengah Serbuan Barang KW | 7 |
| Gambar 2.1. Rerangka Penelitian..... | 29 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Output SPSS Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Output SEM
- Lampiran 5. Output SEM – Covariance Matrix & Asymptotic Covariance Matrix
- Lampiran 6.1 Path Diagram – Estimates
- Lampiran 6.2 Path Diagram – Standardized Solution
- Lampiran 6.3 Path Diagram – T-values
- Lampiran 7. Uji Reliabilitas

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel Persepsi Kualitas, Kesadaran Merek, Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian pada produk tas Elizabeth di Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli dan pengguna tas Elizabeth di Surabaya, sedangkan sampel diambil sebanyak 150 responden. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *structural equation modeling* (SEM) dengan menggunakan program LISREL.

Hasil dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: Persepsi Kualitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, Kesadaran Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dan Keputusan Pembelian berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada pembeli dan pengguna produk tas Elizabeth di Surabaya.

Kata kunci: *Persepsi kualitas, kesadaran merek, citra merek, keputusan pembelian, kepuasan pelanggan*

**THE EFFECT OF QUALITY PERCEPTION, BRAND AWARENESS, AND
BRAND IMAGE, ON CUSTOMER SATISFACTION THROUGH
PURCHASING DECISIONS ON ELIZABETH BAG
PRODUCTS IN SURABAYA**

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of Quality Perception, Brand Awareness, Brand Image on Customer Satisfaction through Purchasing Decisions on Elizabeth bag products in Surabaya.

This research is causal research. The sampling technique uses non probability sampling by purposive sampling. Respondents in this study were all buyers and users of Elizabeth bags in Surabaya, while samples were taken as many as 150 respondents. Data in this study were collected by distributing questionnaires. The data analysis technique used is structural equation modeling (SEM) using the LISREL program.

The results in this study can be concluded that: Quality Perception has a positive effect on Purchasing Decisions, Brand Awareness has no effect on Purchasing Decisions, Brand Image has no effect on Decision on Purchasing, and Purchasing Decisions have a positive effect on Customer Satisfaction on buyers and users of Elizabeth bag products in Surabaya.

Keywords: *Quality perception, brand awareness, brand image, purchasing decisions, customer satisfaction*