

**ANALISA KEPUASAN PELANGGAN KERUDUNG BERMEREK  
RABBANI DI UPN “VETERAN” JAWA TIMUR (STUDI PADA  
MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)**

**SKRIPSI**



**Diajukan oleh :**

**SHOLIKUL MUBAROKAH**  
**1612010026/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
2020**

**ANALISA KEPUASAN PELANGGAN KERUDUNG BERMEREK  
RABBANI DI UPN “VETERAN” JAWA TIMUR (STUDI PADA  
MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen**



**Diajukan oleh :**

**SHOLIKUL MUBAROKAH**  
**1612010026/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
2020**

**SKRIPSI**

**ANALISA KEPUASAN PELANGGAN KERUDUNG BERMEREK  
RABBANI DI UPN "VETERAN" JAWA TIMUR (STUDI PADA  
MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)**

Oleh :

**SHOLIKUL MUBAROKAH**  
1612010026/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh  
Tim Penguji Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 2 April 2020

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Sulastris Irbavuni, SE. MM.**  
NIP. 196206161989032001

**Pembimbing,  
Pembimbing Utama**



**Drs. Ec. Pandji Soegiono, MM.**  
NIP. 196410231990031002

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



**Prof. Dr. Svamsu Huda, SE. MT.**  
NIP. 195908281990031001

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayahNya. Sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisa kepuasan pelanggan Kerudung Bermerek Rabbani Di UPN “Veteran” Jawa Timur” (Studi pada mahasiswi Fakultas ekonomi dan bisnis).

Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi salah satu syarat penilaian dan kelulusan program pendidikan Strata 1 Jurusan Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Terselesaikannya pembuatan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.M. selaku dekan Fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Sulastri Irbayuni, S.E., M.M. selaku Koordinator program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Drs. Ec. Pandji Soegiono, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi serta dosen wali yang telah memberikan banyak ilmu, arahan dan waktunya.

5. Orang tua yang telah memberikan dukungan moril dan doa dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan.
7. Teman perkuliahan selama 4 tahun ini, khususnya member 7 *icon* : Widya, Fara, Kristiana, Zadik, Aldi, dan Febri.
8. Semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang mendasar pada skripsi ini. Oleh karena itu penulis berharap kepada pembaca untuk memberikan saran serta kritik yang membangun untuk penyempurnaan kedepannya. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya teman-teman di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 2 Maret 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL                                                    |     |
| LEMBAR PERSETUJUAN                                               |     |
| KATA PENGANTAR .....                                             | i   |
| DAFTAR ISI.....                                                  | iii |
| DAFTAR GAMBAR .....                                              | vi  |
| DAFTAR TABEL .....                                               | vii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                          | 1   |
| 1.1 Latar Belakang.....                                          | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                        | 7   |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                       | 7   |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                      | 8   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                     | 10  |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                    | 10  |
| 2.2 Landasan Teori .....                                         | 13  |
| 2.2.1 Pemasaran .....                                            | 13  |
| 2.2.2 Citra Merek.....                                           | 13  |
| 2.2.3 Kualitas Produk .....                                      | 15  |
| 2.2.4 Presepsi Harga .....                                       | 16  |
| 2.2.5 Kepuasan Pelanggan.....                                    | 17  |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel.....                                 | 18  |
| 2.3.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....      | 18  |
| 2.3.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan ..... | 20  |
| 2.3.3 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .....  | 22  |
| 2.4 Kerangka Konseptual .....                                    | 24  |
| 2.5 Hipotesis .....                                              | 24  |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                   | 25  |
| 3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....           | 25  |

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1.1 Definisi Operasional Variabel .....                                | 25 |
| 3.1.2 Pengukuran Variabel .....                                          | 27 |
| 3.2 Teknik Penentuan Sampel .....                                        | 28 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data .....                                        | 29 |
| 3.4 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis.....                               | 29 |
| 3.4.1 Teknik Analisis Data .....                                         | 29 |
| 3.4.2 Model Indikator Refleksi (Indikator Manifest) .....                | 30 |
| 3.4.3 Model Indikator Formatif (Indikator Kausal).....                   | 33 |
| 3.4.4 Pengukuran Metode <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....          | 33 |
| 3.4.5 Langkah-Langkah Standar Analisis Data dengan PLS.....              | 33 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....                                        | 41 |
| 4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....                                     | 41 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....                                     | 42 |
| 4.2.1 Analisis Karakteristik Respoden.....                               | 42 |
| 4.2.2 Deskripsi Variabel .....                                           | 43 |
| 4.2.2.1 Deskripsi Variabel Citra Merek. ....                             | 43 |
| 4.2.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk. ....                         | 44 |
| 4.2.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....                           | 46 |
| 4.2.2.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan. ....                      | 47 |
| 4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data.....                                   | 48 |
| 4.3.1 Evaluasi Outlier .....                                             | 48 |
| 4.3.2 Interpretasi Hasil PLS.....                                        | 50 |
| 4.3.2.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model). ....                   | 50 |
| 4.3.2.2 Analisis Model PLS. ....                                         | 55 |
| 4.3.2.3 Evaluasi Pengujian Struktural Model (Inner Model). ....          | 55 |
| 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....                                     | 60 |
| 4.4.1 Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) .....    | 60 |
| 4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)..... | 61 |
| 4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) ..... | 62 |

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 63 |
| 5.1 Kesimpulan.....             | 63 |
| 5.2 Saran .....                 | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA                  |    |
| LAMPIRAN                        |    |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....                                           | 24 |
| Gambar 3.1 Model Indikator Refleksi .....                                      | 31 |
| Gambar 3.2 Model Indikator Formatif.....                                       | 32 |
| Gambar 3.3 Model Diagram Jalur.....                                            | 35 |
| Gambar 4.1 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....                                 | 55 |
| Gambar 4.2 Inner Model Dengan Nilai Signifikansi T-Statistic Bootstraping..... | 60 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Kerudung Bermerek.....                  | 4  |
| Tabel 1.2 Data Kuisioner Pra Survei.....                                   | 5  |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....           | 42 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....               | 42 |
| Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek .....     | 43 |
| Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk ..... | 44 |
| Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga.....   | 46 |
| Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan .. | 47 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Outlier.....                                           | 49 |
| Tabel 4.8 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....                     | 50 |
| Tabel 4.9 Cross Loading .....                                              | 51 |
| Tabel 4.10 Average Variance Extracted (AVE) .....                          | 52 |
| Tabel 4.11 Composite Reliability .....                                     | 53 |
| Tabel 4.12 Latent Variable Correlations.....                               | 53 |
| Tabel 4.13 R-Square.....                                                   | 56 |
| Tabel 4.14 Outer Weights (Mean, STDEV, T-Values).....                      | 58 |
| Tabel 4.15 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) .....                 | 59 |

## **ABSTRAK**

### **ANALISA KEPUASAN PELANGGAN KERUDUNG BERMEREK RABBANI DI UPN “VETERAN” JAWA TIMUR (STUDI PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS)**

**OLEH :**

**Sholikul Mubarakah**

**1612010026/FEB/EM**

Popularitas jilbab dan busana muslim di Indonesia yang meningkat, mengakibatkan semakin banyak pula perempuan Indonesia mengenakan jilbab. Pakaian muslim telah berevolusi dari syariat agama dan budaya ke *trend fashion* dan *industry booming*. Semakin bertambahnya produk hijab pesaing, perusahaan dituntut untuk semakin meningkatkan citra merek di benak pelanggan, meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing dengan produk lain, dan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan pelanggan yang puas dan menjadi pelanggan yang setia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan kerudung bermerek Rabbani.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di UPN “Veteran” Jawa Timur yang pernah menggunakan dan melakukan pembelian lebih dari satu kali kerudung bermerek Rabbani. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dan jumlah sampel yang digunakan adalah 70 responden. Data yang digunakan adalah data primer, sedangkan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS).

Berdasarkan dari hasil penelitian ini diketahui bahwa citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kerudung bermerek Rabbani.

*Kata kunci : citra merek, kualitas produk, persepsi harga, kepuasan pelanggan.*