

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA KONSUMEN SEPATU NIKE DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

RESANDA PUTRA SULISTIONO

NPM. 20042010035

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KONSUMEN SEPATU**

NIKE DI SURABAYA

Disusun Oleh :

Resanda Putra Sulistiono

NPM. 200402010035

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KONSUMEN SEPATU NIKE DI
SURABAYA**

Disusun Oleh :

RESANDA PUTRA SULISTIONO

NPM. 20042010035

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Ujian Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**


Pada Tanggal 30 Mei 2023

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua

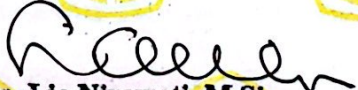

Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001


Dr. Acep Samsudin, MM, MA
NPT. 21119771204337

2. Sekretaris


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000

3. Anggota


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

**Mengetahui,
DEKAN**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Resanda Putra Sulistiono
NIM : 20042010035
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik /
Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK,
CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA KONSUMEN SEPATU NIKE DI SURABAYA.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 30 Mei 2024

Yang Menyatakan



Resanda Putra Sulistiono
NPM. 20042010035

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Sepatu Nike Di Surabaya”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam meraih gelar Sarjana pada program pendidikan S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar serta tepat waktu. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, serta nasehat bagi penulis. Dalam kesempatan ini, penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta dukungan kepada penulis
4. Orang Tua dan Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Teman dan sahabat yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat menambah pengetahuan para pembaca dan dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.

Surabaya, 29 Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Pemasaran	15
2.2.1.1 Definisi Pemasaran.....	15
2.2.1.2 Definisi Manajemen Pemasaran.....	16
2.2.1.3 Konsep Pemasaran	17
2.2.1.4 Bauran Pemasaran.....	18

2.2.2 Kualitas Produk.....	19
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	19
2.2.2.2 Indikator Kualitas Produk	20
2.2.2.3 Perspektif Kualitas Produk.....	22
2.2.2.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	24
2.2.3 Citra Merek	25
2.2.3.1 Pengertian Citra Merek	25
2.2.3.2 Kategori Citra Merek	26
2.2.3.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	27
2.2.3.4 Indikator Citra Merek.....	28
2.2.4 Harga.....	29
2.2.4.1 Pengertian Harga	29
2.2.4.2 Indikator Harga	30
2.2.4.3 Tujuan Penetapan Harga	31
2.2.5 Kepuasan Konsumen	33
2.2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	33
2.2.5.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	34
2.2.5.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	35
2.2.5.4 Indikator Kepuasan Konsumen	36
2.3 Hubungan Antar Variabel	38

2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.3.2 Hubungan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.3.3 Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	39
2.3.4 Hubungan Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	39
2.4 Kerangka Berpikir	41
2.5 Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.2.1 Definisi Operasional	43
3.2.2 Pengukuran Variabel	46
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	47
3.3.1 Populasi.....	47
3.3.2 Sampel	47
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1 Jenis Data dan Sumber Data	50
3.4.2 Pengumpulan Data	50
3.5 Teknik Analisis Data.....	52

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.5.2 Asumsi Klasik	54
3.5.2.1 Uji Normalitas	54
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	55
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	55
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
3.5.4 Analisis Koefisien Determinasi	57
3.5.5 Uji Hipotesis	58
3.5.5.1 Uji F (Simultan)	58
3.5.5.2 Uji T (Parsial).....	59
3.6 Jadwal Penelitian	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Hasil.....	61
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	61
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	62
4.1.1.3 Logo Perusahaan	63
4.1.2 Karakteristik Responden.....	63
4.1.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	64

4.1.2.3 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	65
4.1.2.4 Deskripsi Jawaban Responden.....	66
4.1.3 Analisis Pengujian Hipotesis	70
4.1.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	70
4.1.3.1.1 Uji Validitas	70
4.1.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	71
4.1.3.2 Uji Asumsi Klasik	72
4.1.3.2.1 Uji Normalitas	72
4.1.3.2.2 Uji Multikolinearitas	74
4.1.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas	75
4.1.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
4.1.3.4 Analisis Koefisien Determinasi.....	78
4.1.3.5 Uji Hipotesis.....	79
4.1.3.5.1 Uji F (Simultan).....	79
4.1.3.5.2 Uji T (Parsial)	82
4.2 Pembahasan	88
4.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	88
4.2.2 Pengaruh Secara Simultan	92
4.2.3 Pengaruh Secara Parsial.....	93

4.2.3.1 Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	93
4.2.3.2 Pengaruh Variabel Citra Merek (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	95
4.2.3.3 Pengaruh Variabel Harga (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	97
4.3 Matriks Hasil Penelitian	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	114
LAMPIRAN 1 : Kuesioner.....	114
LAMPIRAN 2 : Tabulasi Jawaban Responden	119
LAMPIRAN 3 : Hasil Analisis SPSS.....	125

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Sepatu Yang Paling Diminati Tahun 2019-2023	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Sepatu Tahun 2022	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	44
Tabel 3.2 Skor Pengukuran Variabel	46
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1).....	66
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Citra Merek (X2)	67
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Harga (X3)	68
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	69
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (F)	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (T)	83
Tabel 4.15 Matriks Hasil Penelitian	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Penyebaran Outlet Sepatu Nike Di Surabaya.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	41
Gambar 4.1 - Logo Nike	63

ABSTRACT

Resanda Putra Sulistiono, 20042010035, The Influence Of Product Quality, Brand Image, And Price On Consumer Satisfaction Of Nike Shoe Consumers In Surabaya.

The purpose of this study is to identify the extent to which product quality, brand image, and price influence customer satisfaction among Nike shoe consumers in Surabaya. The population for this study was determined to be 674,564 Surabaya residents in the year 2022. Data collection was done using a questionnaire distributed to a sample of 100 respondents. The sampling technique employed was non-probability sampling, specifically purposive sampling. The sample criteria included Surabaya residents aged 20 to 34 who use Nike shoes. The study utilized validity testing, reliability testing using Cronbach's alpha, normality testing using the Kolmogorov-Smirnov test, multicollinearity testing, heteroskedasticity testing using scatterplot methods, multiple linear regression analysis, coefficient of determination analysis, simultaneous (F) test, and partial (T) test. All statistical analyses were performed using SPSS 23. The results of this study indicate that product quality, brand image, and price collectively have a significant impact on customer satisfaction. Specifically, product quality and price individually significantly influence on customer satisfaction. However, the brand image variable does not significantly affect customer satisfaction.

Keywords : Product Quality, Brand Image, Price, Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Resanda Putra Sulistiono, 20042010035, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Sepatu Nike Di Surabaya.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada konsumen sepatu Nike di Surabaya. Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 674.564 penduduk Surabaya tahun 2022. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada sampel sebanyak 100 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik non – probability sampling, serta jenis penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah penduduk Surabaya dengan kalangan usia 20 – 34 yang menggunakan produk sepatu Nike. Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas menggunakan cronbach's alpha, uji normalitas menggunakan kolomogorov smirnov, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik scatterplot, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi, uji simultan (F), dan uji parsial (T) pengujian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 23. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas produk, dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, serta variabel citra merek secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Kepuasan Konsumen