

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA**

## **MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK SMARTPHONE MEREK OPPO DI WILAYAH KELAPA GADING**

**JAKARTA UTARA**

**Oleh:**

**Nama : Kevin Pratama Wardhana**

**NIM : 29160335**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Januari 2020**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA  
PRODUK SMARTPHONE MEREK OPPO DI WILAYAH KELAPA  
GADING JAKARTA UTARA**

Diajukan Oleh

Nama : Kevin Pratama Wardhana

NIM : 29160335

Jakarta, 4 Februari 2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing,

**Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M.**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2021**



## ABSTRAK

Kevin Pratama Wardhana /29160335/2020/Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi harga terhadap Kepuasan Pelanggan produk *smartphone* Oppo di wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara/Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M.

Tingginya persaingan antar para produsen *smartphone* menuntut untuk harus mampu bersaing dan menunjukkan identitas keberadaan produknya agar dapat lebih unggul dibandingkan produsen lain. Di tengah ketatnya persaingan tersebut, perusahaan berusaha untuk melakukan dan mengambil kebijakan bisnis untuk dapat meraih pangsa pasar yang ditargetkan. Oleh karena itu penelitian ini akan membahas mengenai kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo yang berdomisili di wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara.

Teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independent yang terdiri dari kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga dan variabel dependen yang terdiri dari kepuasan pelanggan.

Objek penelitian ini adalah *smartphone* Oppo di Kelapa Gading Jakarta Utara. Metode pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan cara teknik komunikasi dengan penyebaran kuesioner kepada 140 sampel pelanggan yang pernah menggunakan atau membeli *smartphone* Oppo yang berdomisili di wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara sebagai respondennya. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan cara *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $3.024 > 2,000$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,565 ( $\text{sig} < 0,05$ ), (2) citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3.053 > 2,000$ ) dengan nilai signifikansi sebesar 0,003, (3) dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $2.816 > 2,000$ ) dengan nilai signifikansi sebesar 0,006.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk *smartphone* Oppo yang berdomisili di wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara. Penelitian ini menilai bahwa responden menilai kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga sudah baik.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan.

## ABSTRACT

Kevin Pratama Wardhana /29160335/2020/The Effect of Product Quality, Brand Image, Price Perception Towards Customer Satisfaction of Oppo smartphone products in Kelapa Gading/Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M.

The high competition among smartphone manufacturers demands that they have to be able to compete and show the identity of their product existence in order to be superior to other manufacturers. In the midst of the intense competition, the company is trying to implement and adopt business policies in order to gain the targeted market share. Therefore, this study will discuss product quality, brand image, and price perceptions of customer satisfaction for Oppo smartphones domiciled in the Kelapa Gading area of North Jakarta.

The theory that will be used in this research is product quality, brand image, and price perception towards customer satisfaction. There are two types of variables in this study, namely the independent variable consisting of product quality, brand image and price perception and the dependent variable consisting of customer satisfaction.

The object of this research is the Oppo smartphone in Kelapa Gading, North Jakarta. The method in this study uses descriptive analysis and multiple regression analysis. Data collection was carried out by means of communication techniques by distributing questionnaires to 140 samples of customers who had used or purchased Oppo smartphones domiciled in the Kelapa Gading area of North Jakarta as respondents. This sample was taken by means of nonprobability sampling with purposive sampling technique.

The results showed that: (1) product quality has a positive effect on customer satisfaction, this is evidenced by the value of  $t_{count} > t_{table}$  ( $3.024 > 2,000$ ) and a significance value of 0.565 (sig  $< 0.05$ ), (2) image Brand has a positive effect on customer satisfaction, with a value of  $t_{count}$  greater than  $t_{table}$  ( $3.053 > 2,000$ ) with a significance value of 0.003, (3) and perceived price has a positive effect on customer satisfaction, with a value of  $t_{count}$  greater than  $t_{table}$  ( $2.816 > 2,000$ ) with a significance value of 0.006.

The conclusion in this study is that product quality, brand image, and perceived price have a positive and significant effect on customer satisfaction for Oppo smartphone products respondents assess product quality, brand image and price perception as good.

Keywords : Product Quality, Brand Image, Perception Price, Customer Satisfaction.





## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis. Penulis bersyukur karena atas izin-Nya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi harga terhadap Kepuasan Pelanggan produk smartphone Oppo di wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Program Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Ucapan ini ditujukan kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M selaku Dosen Pembimbing atas kesabaran dengan memberikan arahan, bimbingannya dan telah membagi ilmu yang sangat berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie School of Business yang memberikan pengetahuan yang bermanfaat kepada peneliti selama proses perkuliahan.
3. Para karyawan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie School of Business yang dengan ramah membantu peneliti selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
4. Kedua orang tua peneliti yang senantiasa mendukung peneliti secara materil dan moral sampai peneliti mempunyai kesempatan menyelesaikan skripsi.
5. Semua teman-teman yang terlibat dalam proses penyusunan laporan ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu yang telah mendukung dan menyemangati peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
6. Seluruh responden yang telah memberikan waktu dan bantuannya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
  7. Pihak-pihak lain yang secara tidak langsung ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu.

Karya akhir Skripsi ini sudah dibuat dengan sebaik-baiknya, namun tentu masih belum sempurna. Oleh karena itu, apabila ada kritik atau saran apapun yang sifatnya membangun bagi peneliti, peneliti dengan senang hati untuk menerimanya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi kita semua dan juga bagi peneliti selanjutnya.

Jakarta, 4 Februari 2021

Kevin Pratama Wardhana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

<b>© Hak Cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b>	PENGESAHAN .....	ii
	ABSTRAK .....	iii
	ABSTRACT .....	iv
	KATA PENGANTAR .....	v
	DAFTAR ISI .....	vii
	BAB I PENDAHULUAN .....	1
	A. Latar Belakang .....	1
	B. Identifikasi Masalah .....	5
	C. Batasan Masalah .....	5
	D. Batasan Penelitian .....	6
	E. Rumusan Masalah .....	6
	F. Tujuan Penelitian .....	6
	G. Manfaat Penelitian .....	7
	BAB II TELAAH PUSTAKA .....	8
	A. Landasan Teori .....	8
	1. Kualitas Produk .....	8
	2. Persepsi Harga .....	10
	a. Pengertian Persepsi Harga .....	10
	b. Indikator Persepsi Harga .....	11

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Dimensi Persepsi Harga.....	11
d. Peran Persepsi Harga .....	12
3. Citra Merek.....	13
a. Pengertian Citra Merek.....	13
b. Dimensi Citra Merek .....	13
c. Indikator Citra Merek .....	14
d. Faktor-faktor Citra Merek .....	15
4. Kepuasan Pelanggan.....	16
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	16
b. Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	16
c. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	17
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Pemikiran .....	19
D. Hipotesis Penelitian .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
A. Objek Penelitian .....	23
B. Desain Penelitian .....	23
C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	24
1. Variabel Independen Kualitas produk .....	24
2. Variabel Independen Citra Merek .....	25
3. Variabel Independen persepsi harga.....	26
4. Variabel Dependen kepuasan pelanggan.....	26

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





D.	Teknik Pengambilan Sampel .....	27
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	28
F.	Teknik Analisis Data .....	28
1.	Uji Validitas.....	29
2.	Uji Reliabilitas.....	29
3.	Analisis Deskriptif.....	30
a.	<b>Rata-rata Hitung (<i>Mean</i>)</b> .....	30
b.	<b>Rentang Nilai</b> .....	30
4.	Analisis Regresi Berganda.....	31
BAB IV.....		38
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		38
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	38
B.	Analisis Deskriptif.....	40
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
2.	Analisis Data Responden.....	42
3.	Analisis Deskriptif.....	43
4.	Uji Asumsi Klasik .....	47
2.	<b>Uji Regresi Berganda</b> .....	48
C.	Hasil Penelitian.....	51
1.	Analisis Kualitas Produk .....	51
2.	Analisis Citra Merek.....	51
3.	Analisis Persepsi Harga .....	51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4.	Analisis Kepuasan Pelanggan.....	52
5.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan .....	52
6.	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan .....	52
7.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	52
D.	Pembahasan .....	52
1.	Analisa Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	52
2.	Analisa Deskriptif Variabel Citra Merek.....	53
3.	Analisa Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	53
4.	Analisa Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	54
5.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Smartphone</i> Oppo di wilayah Kelapa Gading .....	54
6.	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Smartphone</i> Oppo di wilayah Kelapa Gading .....	55
7.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Smartphone</i> Oppo di wilayah Kelapa Gading. ....	56
	<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
A.	Simpulan.....	58
B.	Saran .....	58
1.	Bagi Perusahaan .....	58
2.	Bagi Peneliti Selanjutnya .....	59
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>60</b>
	Buku Teks.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Jurnal ..... **Error! Bookmark not defined.**

Website ..... **Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN ..... 62

**© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.