

**PENGARUH CITRA MEREK KUALITAS PELAYANAN DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA VENI BUMBU KOTA PANGKALPINANG**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**NAMA : INDRI DESMITA  
NIM : 302 14 11 046**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
2018**

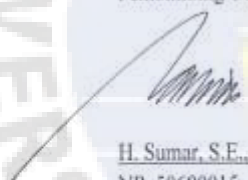


UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN

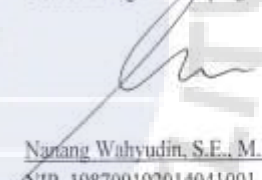
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Indri Desmita  
NIM : 302 14 11 046  
Jurusan : Manajemen  
Judul Usulan Penelitian : "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan  
dan Kualitas Produk Pada Veni Bumbu  
Kota Pangkalpinang"

Pembimbing Utama

  
H. Sumar, S.E., M.M  
NP. 50680015

Pembimbing Pendamping

  
Nanang Wahyudin, S.E., M.M  
NIP. 198709192014041001

Balunujuk, 16 Agustus 2018  
Ketua Jurusan Manajemen

  
M. Tanggung, S.E., M.Si  
NIP. 196306051990031004

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

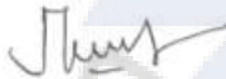
**PENGARUH CITRA MREK KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA VENI BUMBU KOTA  
PANGKALPINANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Indri Desmita  
Nomor Induk Mahasiswa : 302 14 11 046

Telah Dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 02 Agustus 2018 dan  
telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

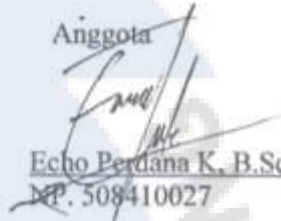
**Tim Penguji**

Ketua



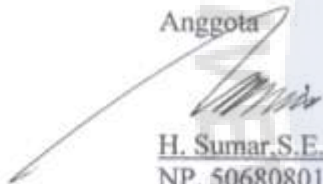
Erwin, S.E., MM., Ph.DS  
NP. 506507013

Anggota



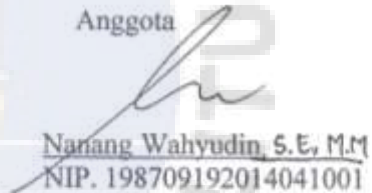
Echo Perdana K., B.Sc., M.Sc  
NP. 508410027

Anggota



H. Sumar, S.E., M.M  
NP. 506808015

Anggota



Nanang Wahyudin, S.E., M.M  
NIP. 198709192014041001

Balunijuk, 06 Agustus 2018  
Universitas Bangka Belitung  
Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen



Dekan  
Dr. Reniati, S.E., M.Si  
NP. 507206007



Ketua Jurusan Manajemen  
M. Tanggung, S.E., M.Si  
NIP. 196306051990031004

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Dterhadap Kepuasan Konsumen Pada Veni Bumbu Kota Pangkalpinang”** ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau yang diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun dengan peraturan yang berlaku.

Balunijuk, 16 Agustus 2018

Penulis



Indri Desmita

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto :**

“Orang tuaku semangatku untuk berjuang”

### **Persembahan :**

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Ibu ku tercinta SAMSUMIATI yang telah berjuang melahirkanku antara hidup dan mati dan tidak ada kata lelah dalam mengurus dan membimbingku dari lahir hingga sekarang demi tercapainya kesuksekanaku,
2. Ayahku tercinta SAIGAM sebagai kepala keluarga yang telah berjuang mati-matian bekerja demi pendidikan, kehidupan, dan kebutuhan keluarga kami,
3. Semua pegawai Veni Bumbu Kota Pangkalpinang,
4. Teman – teman seperjuanganku
5. Almamaterku tercinta, Universitas Bangka Belitung.

## **ABSTRACT**

**Indri Desmita. 3021411046. *The Influence of Brand Image, Quality of Service and Product Quality to Consumer Satisfaction at Veni Bumbu Pangkalpinang City.***

*This study based on the existing phenomena that the brand image, service quality, and product quality can effect consumer satisfaction. The purpose of this research is to know and to get a study about the influence of brand image, service quality and product quality to customer satisfaction at Veni Bumbu Pangkalpinang city.*

*This study is a desriptive and quantitative research with a total simple of 150 respondennts, while the sampling method is accidental sampling. In this study independen variables consisted of brand image, service quality and product quality, while the related variables were costomer satisfaction. Instrument test was validity test and reliability test, while data analysis methods were multiple linear regression analysis, T test, F test and coefficient of determinant ( $R^2$ ).*

*he results of testing the first hypothesis of brand uniqueness partially has a positive and significant effect on consumer satisfaction. The results of testing the hypothesis of the two brand advantages have a positive and significant effect on consumer satisfaction. The results of the third test of physical evidence have a positive and significant effect on customer satisfaction. The test results of the four reliability hypotheses have a positive and significant effect on customer satisfaction. The fifth hypothesis of responsiveness influences positively and significantly to customer satisfaction. The results of testing six guarantees have a positive and insignificant effect on consumer satisfaction. The seventh hypothesis of attention has a positive and significant effect on customer satisfaction. The eighth hypothesis of conformity of appearance has a positive and insignificant effect on consumer satisfaction. The ninth hypothesis has a positive and significant effect on consumer satisfaction. The result of brand image, quality service and quality product together the simultaneous effect on customer satisfaction*

***Keywords : Brand Image, Service Quality, Product Quality and Consumer Satisfaction.***

## ABSTRAK

### **Indri Desmita. 3021411046. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Veni Bumbu) Kota Pangkalpinang**

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang ada menunjukkan bahwa citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Veni Bumbu Kota Pangkalpinang

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden, sedangkan metode pengambilan sampelnya menggunakan *accidental sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari citra merek, kualitas pelayanan dan kualitas produk, sedangkan variabel terkaitnya adalah kepuasan konsumen. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji T, uji F dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil pengujian hipotesis pertama keunikan merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian hipotesis kedua keunggulan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian ketiga bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian keempat hipotesis keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis kelima daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian enam jaminan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis ketujuh perhatian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis kedelapan ketahanan produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis kesembilan kesesuaian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian citra merek, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama simultan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen**



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang Maha Mengetahui, Mana Adil, lagi Maha Penyayang atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna melengkapi persyaratan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung. Shalawat serta salam saya haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pegangan hidup bagi setiap makhluk untuk sadar dengan ketidak sempurnannya, dan berusaha untuk berbuat baik bagi sesama. Semoga kita termasuk orang-orang yang mendapatkan syafaatnya di hari akhir.

Bukan tanpa aral rintangan, banyak proses yang harus dilewati, banyak pula pihak yang turut membantu kelancaran penulisan skripsi ini, saya telah berusaha dengan segala daya dan upaya guna menyelesaikannya. Namun tanpa bantuan dari berbagai pihak lain yang dengan keikhlasan hati tentunya skripsi ini tidak mungkin dapat terwujud. Selain itu penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada mereka yang telah banyak memberi sumbangan kepada penulis dalam rangka menyelesaikan karya ini, mereka adalah :

1. Bapak Dr. Ir. Mumammad Yusuf, M.Si. selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Bapak M.Tanggung, S.E.,M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta staf di Universitas Bangka Belitung terutama Fakultas Ekonomi
5. Ibu Veni Andriani selaku pemilik Toko Veni Bumbu Kota Pangkalpinang, yang telah memberikan izin dan informasi untuk penelitian skripsi ini.
6. Kedua Orang Tuaku tercinta (Saigam dan Samsumiati) yang senantiasa memberikan dukungan, kasih sayang dan pengorbanan serta doanya untuk keberhasilanku



7. Adiku (Slamet Ridho) yang selalu membantuku walaupun sambil marah-marah, merngut-mergut, ngambek-ngambek sesuai mood.
8. Sahabatku dikuliah (Gita Oktarina, Indriarti dan Mella)
9. Teman-temanku di Manajemen 2 Tahun 2014, empat tahun kita lalu bersama menjalani kuliah, suka duka, tawa dan marah kita jalani bersama. Pererat hubungan ini dan jangan lelah berjuang bersama menuntut ilmu dan juga membuat sejarah baru di hidup kita
10. Senior-seniorku, terima kasih atas pendampingan dan diskusinya.

Tiada manusia yang sempurna, jauh sebelumnya penulis meminta maaf setulus hati kepada semua pihak atas kesalahan yang penulis pernah lakukan. Serta penulis harapkan kritik yang arif serta saran yang konstruktif. Tidak lain supaya di waktu yang akan datang kami dapat menyajikan karya ilmiah yang lebih baik dari sebelumnya. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya, pihak-pihak yang berkepentingan,serta bagi peneliti khususnya.

Pangkalpinang, Juli 2018

Penulis

Indi Desmita

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGHANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I   PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah .....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Manfaat Penelitian .....	12
1.6 Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II   LANDASAN TEORI .....</b>	<b>18</b>
2.1 Manajemen Pemasaran .....	18

2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	19
2.3 Citra Merek.....	19
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	19
2.3.2 Manfaat Merek .....	20
2.3.3 Tahap Perkembangan Merek .....	21
2.4 Kualias Pelayanan.....	23
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	23
2.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	23
2.5 Kualitas Produk .....	25
2.5.1 Pengertian Kualittas Produk .....	25
2.5.2 Dimensi Kualitas Produk.....	25
2.5.3 Penentu- Penentu Kualitas Produk.....	28
2.6 Kepuasan Konsumen .....	28
2.6.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	28
2.6.2 Faktor-faktor Penunjang Kepuasan Konsumen.....	29
2.6.3 Ciri-ciri Konsumen yang Puas.....	28
2.7 Penelitian Terdahulu.....	29
2.8 Kerangka Pemikiran .....	35
2.9 Hipotesis Penelitian .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	45
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian .....	46

3.3.1 Definisi Operasional .....	46
3.3.2 Pengukuran Variabel .....	46
3.4 Populasi dan Sampel.....	49
3.4.1 Populasi Penelitian .....	49
3.4.2 Sampel Penelitian .....	50
3.5 Metode Pengambilan Data.....	52
3.5.1 Jenis Data.....	52
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6 Analisis Data.....	53
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	53
3.6.2 Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	55
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	55
3.6.4 Analisis Regresi Berganda.....	57
3.6.5 Pengujian Hipotesis .....	58
3.6.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.1.1 Gambaran Umum Veni Bumbu Kota Pangkalpinang .....	62
4.2 Hasil Deskripsi Penelitian.....	62
4.2.1 Hasil Statistik Karakteristik Responden .....	62
4.2.2 Hasil Deskripsi Variabel Penelitian.....	65
4.2.2.1 Variabel Citra Merek .....	65
4.2.2.2 Variabel Kualitas Pelayanan.....	69

4.2.2.3	Variabel Kualitas Produk.....	76
4.2.2.4	Variabel Kepuasan Konsumen.....	81
4.2.3	Rekapitulasi Analisis Deskriptif.....	87
4.3	Hasil Analisis Data .....	89
4.3.1	Uji Validitas .....	89
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	90
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	91
4.3.3.1	Uji Normalitas.....	91
4.3.3.2	Uji Multikolinieritas.....	94
4.3.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	94
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda .....	94
4.3.4.1	Uji T ( Parsial) .....	99
4.3.4.2	Uji F ( Simultan) .....	102
4.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	103
4.5	Pembahasan.....	103
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>120</b>
5.1	Kesimpulan .....	121
5.2	Saran .....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Usaha/Perusahaan Menurut Skala Usaha dan Kabupaten/Kota tahun 2016.....	3
Tabel I.2	Daftar Jumlah Produk dan Pelanggan pada tahun 2017.....	5
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel III.1	Definisi Operasional.....	47
Tabel III.2	Skor Skala Likert.....	49
Tabel III.4	Kategori Skala.....	54
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja.....	62
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi usia .....	64
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel IV.5	Hasil Penelitian Keunikan Merek Indikator Lambang dan logo....	66
Tabel IV.6	Hasil Penelitian Keunikan Merek Indikator Ciri Khas.....	66
Tabel IV.7	Hasil Rekapitulasi Dimensi Keunikan Merek pada Citra Merek....	67
Tabel IV.8	Hasil Penelitian Keunggulan Merek Indikator mudah dikenali.....	67
Tabel IV.9	Hasil Penelitian Keunggulan Merek Indikator Mempromosi.....	68
Tabel IV.10	Hasil Rekapitulasi Dimensi Keunggulan Merek pada Citra Merek.....	68
Tabel IV.11	Rata-rata penilaian terhadap Variabel Citra Merek.....	69
Tabel IV.12	Hasil Dimensi Bukti Fisik Indikator Fasilitas.....	69
Tabel IV.13	Hasil dimensi bukti fisik indikator kebersihan dan kerapian.....	70
Tabel IV.14	Hasil Dimensi Keandalan Indikator Pelayanan.....	70

Tabel IV. 15 Hasil Dimensi Keandalan Indikator Kecepatan Transaksi.....	71
Tabel IV.16 Hasil Dimensi Daya Tanggap Indikator Wawasan Karyawan Mengenai Produk.....	72
Tabel IV.17 Hasil Dimensi Daya Tanggap Indikator Tanggung Jawab Dan Tingkah Laku Karyawan.....	73
Tabel IV.18 Hasil Dimensi Jaminan Indikator Kenyamanan Yang Terjamin.....	74
Tabel IV.19 Hasil Dimensi Jaminan Indikator Kualitas Cita Rasa.....	74
Tabel IV.20 Hasil Dimensi Empaty Indikator Mengutamakan Kepentingan.....	75
Tabel IV.21 Hasil Dimensi Empati Indikator Komunikasi yang Baik.....	75
Tabel IV.22 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	76
Tabel IV. 23 Hasil Dimensi Keistimewaan Produk Indikator Rasa yang Sesuai Selera.....	77
Tabel IV.24 Hasil Dimensi Keistimewaan Produk Indikator Produk yang Higenis.....	78
Tabel IV.25 Hasil Dimensi Kesesuaian Indikator Produk yang Ditawarkan.....	78
Tabel IV.26 Hasil Dimensi Kesesuaian Tampilan Indikator Kebersihan dan Kerapian.....	79
Tabel IV.27 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Produk.....	80
Tabel IV.28 Hasil Dimensi Harapan Konsumen Indikator Kualitas Pelayanan yang diinginkan.....	81



Tabel IV.29 Hasil Dimensi Harapan Konsumen Indikator Informasi yang Akurat.....	82
Tabel IV.30 Hasil Dimensi Tujuan Indikator Kesesuaian Kualitas Pelayanan.....	82
Tabel IV.31 Hasil Dimensi Tujuan Indikator Pelayanan Sesuai Dengan Kebutuhan Pelanggan.....	83
Tabel IV.32 Hasil Dimensi <i>Perceived Perfomence</i> Indikator Kemudahan dalam Pelayanan.....	84
Tabel IV.33 Hasil Dimensi <i>Perceived Perfomance</i> Indikator Kemudahan Dalam Mengakses Tempat Pelayanan.....	84
Tabel IV.34 Hasil Dimensi Atribut Kepuasan Indikator Kecepatan Dan Ketepatan Dalam Pelayanan.....	85
Tabel IV.35 Hasil Dimensi Atribut Kepuasan Indikator Cepat Mengatasi Masalah Pelanggan.....	86
Tabel IV.36 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	86
Tabel IV. Hasil Rekapitulasi Variabel Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen.....	87
Tabel IV.45 Hasil Uji Validitas.....	89
Tabel IV.37 Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Tabel IV.38 Hasil Uji Multikolieritas.....	93
Tabel IV. 48 Hasil Uji Glejser.....	95
Tabel IV.39 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	96

Tabel IV.40 Hasil Analisis Uji T.....	99
Tabel IV.41 Hasil Analisis Uji F.....	102
Tabel IV.42 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	103



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Gambar Produk-Produk Veni Bumbu Kota Pangkalpinang.....	6
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	3
Gambar 4.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja.....	55
Gambar 4.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Gambar 4.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Gamabr 4.4	Hasil Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Gambar 4.5	Grafik Histogram Hasil Uji Normalitas.....	81
Gambar 4.6	Grafik Normal Probability Plot.....	82
Gambar 4.7	Grafik Uji Heteroskedastisitas.....	84

