

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PRODUK APPLE IPHONE**

SKRIPSI



Nama : Fadli

NIM : 43116110019

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2020

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fadli
Nim : 43116110019
Program Studi : Manajemen S1
Judul Penelitian : Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen atas Produk Apple Iphone
Tanggal Lulus : 16 September 2020.

Disahkan Oleh:

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Dr. Janfry Sihite, SE., MSM

Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D

Tanggal : 22 September 2020

Tanggal : 22 September 2020

Dekan,

**Ketua Program Studi
S1 Manajemen,**



Dr. Harnovinsah Ak., M.Si., CA

Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal :

Tanggal :

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadli

Nim : 43116110019

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa proposal skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila mengutip dari hasil karya orang lain, maka mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan proposal skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 22 September 2020



Fadli

Nim : 43116110019

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen atas Produk Apple Iphone.”** Proposal skripsi ini sebagai syarat dalam menempuh mata kuliah Metodologi Penelitian Manajemen Pemasaran yang selanjutnya digunakan sebagai syarat skripsi dalam Program Studi Manajemen Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr. Harnoviansyah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, SE., Msi., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Janfry Sihite, SE., MSM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini.
5. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
6. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.

7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
8. Seluruh Pengguna Apple Iphone, yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
9. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 22 September 2020

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Fadli

ABSTRAK

Penelitian ini dijalankan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pengguna produk Apple iPhone. Penelitian ini dijalankan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarakan kepada 80 pengguna produk Apple iPhone. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah partial least square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen, kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna produk Apple iPhone. Saran yang dapat diberikan adalah untuk mempertahankan kepercayaan konsumen, melakukan inovasi produk serta memperhatikan harga yang dibayarkan konsumen dengan nilai yang didapatkan.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of consumer confidence, product quality and price perception on consumer satisfaction of users of Apple iPhone products. This research was conducted using quantitative research methods. The data collection method used in this study was a questionnaire distributed to 80 users of Apple iPhone products. The data processing method used in this study is partial least square. The results showed that consumer confidence, product quality and price perception significantly affected consumer satisfaction of users of Apple iPhone products. Suggestions that can be given are to maintain consumer confidence, innovate products and pay attention to the prices paid by consumers with the value obtained.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1	PENDAHULUAN
A.	Latar Belakang Penelitian..... 1
B.	Rumusan Masalah 10
C.	Tujuan dan Kontribusi Penelitian 11
1.	Kontribusi Praktik 11
2.	Kontribusi Akademik 11
BAB 2	LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
A.	Kajian Pustaka 12
1.	Perilaku Konsumen 12
2.	Kepercayaan Konsumen 17
3.	Kualitas Produk 20
4.	Persepsi Harga 22
5.	Kepuasan Konsumen 23
B.	Hubungan antar Variabel 25
C.	Kerangka Pemikiran 26
D.	Hipotesis 27
BAB 3	METODE PENELITIAN
A.	Waktu dan Tempat Penelitian 30
B.	Desain Penelitian 30
C.	Definisi dan Operasional Variabel 31

1. Definisi Variabel	31
1.1 Kepercayaan Konsumen (X1)	31
1.2 Kualitas Produk (X2).....	32
1.3 Persepsi Harga (X3)	32
1.4 Kepuasan Konsumen (Y)	33
1.5 Operasional Variabel	33
D. Populasi dan Sampel Penelitian	36
1. Populasi	36
2. Sampel	37
3. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Pengukuran Variabel	38
F. Jenis Data Penelitian	39
G. Metode Analisis Data	39
1. Uji Faktor Loading	39
2. Uji Averages Variances Exctrated.....	40
3. Uji Composite Reliability	40
4. Uji Cronbach Alpha	41
5. Uji Cross Loading	41
H. Uji Inner Model atau Struktural	42
1. Uji Koefisien Regresi secara Parsial	42
2. Analisis Determinasi (R^2)	43
3. F Square	43
4. NFI	44
5. Q Square	44
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Statistik Deskriptif	46
1. Kota	46
2. Gender	47
3. Usia	47
4. Jurusan	48

5. Pendapatan	49
C. Deskriptif Jawaban Responden	50
1. Variabel Kepercayaan Konsumen	50
2. Variabel Kualitas Produk	51
3. Variabel Persepsi Harga	52
4. Variabel Kepuasan Konsumen	53
D. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	54
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	55
a. <i>Convergent Validity</i>	55
b. <i>Discriminant Validity</i>	58
c. <i>Average Extracted Variance (AVE)</i>	59
d. Uji Reabilitas dan <i>Cronbach's Alpha</i>	60
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis	61
a. Nilai R-Square	61
b. Pengujian Q Square	62
c. Pengujian NFI	62
d. Pengujian F Square	62
3. Hasil Pengujian Hipotesis	63
E. Pembahasan	65
1. Demografi	65
2. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen	66
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	67
4. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Pra Survey	5
Tabel 1.2	Pra Survey Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Apple Iphone.....	7
Tabel 1.3	Pra Survey Kualitas Produk Apple Iphone.....	8
Tabel 1.4	Pra Survey Persepsi Harga Produk Apple Iphone.....	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2.2	Kerangka Pemikiran.....	27
Tabel 3.1	Operasional Variabel X1	34
Tabel 3.2	Operasional Variabel X2	35
Tabel 3.3	Operasional Variabel X3	35
Tabel 3.4	Operasional Variabel Y	36
Tabel 4.1	Kota	46
Tabel 4.2	Gender	47
Tabel 4.3	Usia	47
Tabel 4.4	Jurusan	48
Tabel 4.5	Pendapatan	49
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Konsumen	50
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	51
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	52
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen ...	53
Tabel 4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	56
Tabel 4.11	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	58
Tabel 4.12	Uji <i>Discriminant Validity</i> (Fornell Lacker)	59

Tabel 4.13	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	59
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cornbach's Alpha</i> ..	60
Tabel 4.15	Nilai R^2 Variabel Endogen	61
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Hipotesis	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Peringkat 5 Besar Telepon Genggam di Indonesia 2019.....	3
Gambar 4.1	Hasil Algorithm PLS	55
Gambar 4.2	Hasil Alghorithm PLS (Modifikasi)	57
Gambar 4.3	Hasil <i>Bootstrapping</i>	65

