

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN  
CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi Pada Konsumen Zara)**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**

# **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi Pada Konsumen Zara)**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Romi Saputra  
NIM : 43116110404  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Zara)

Tanggal Lulus Ujian : 21 Oktober 2020

Disahkan oleh:

Pembimbing

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si

Tanggal: 13 November 2020

Ketua Penguji

Febrina Mahliza, S.E., M.Si

Tanggal: 06 November 2020

Dekan

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Ketua Program Studi

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

Tanggal: 01 Desember 2020

Dr. Daru Asih, SE, MM

Tanggal: 01 Desember 2020

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Romi Saputra  
NIM : 43116110404  
Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA** Jakarta, Oktober 2020



Romi Saputra  
NIM 43116110404

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan Zara. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di wilayah Jakarta Barat yang membeli produk Zara. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 210 orang, dihitung berdasarkan rumus slovin. Metode penarikan sampel menggunakan convenience sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode *survey*, dengan instrument penelitian adalah kuisioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan

MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of price perception, product quality, and brand image on Zara customer loyalty. The population in this study is the people in West Jakarta who buy Zara products. The sample used was 210 people, calculated based on the Slovin formula. The sampling method uses convenience sampling. The data collection method uses survey method, the research instrument is a questionnaire. Data analysis method uses Partial Least Square. This research proves that price perception has a positive and significant effect on customer loyalty. Product quality has a positive and significant effect on customer loyalty. Brand image has a positive and significant effect on customer loyalty.*

*Keywords:* Price Perception, Product Quality, Brand Image, Customer Loyalty

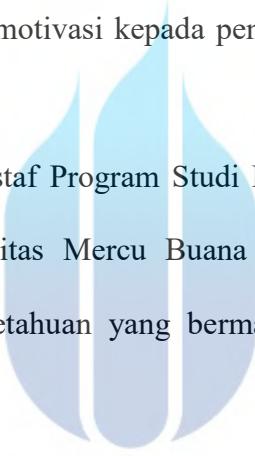


## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul "**Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Zara)**".

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaiannya skripsi penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencerahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

- 
1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana
  2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
  3. Dr. Daru Asih, SE, MM Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana dan selaku dosen metodologi penelitian yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan saran-saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.
  4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
  5. Kedua orangtua tercinta Bapak Amidi dan Ibu Wirdaningsih yang selalu memberikan doa, motivasi, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
  6. Kakak dan adik tercinta Nopriyandi Wijaya, Mohammad Rizky, dan Ghina Lutfya Haniyfah yang telah memberikan motivasi yang tiada henti untuk penulis.
  7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa di sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, Oktober 2020

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA** Romi Saputra

## DAFTAR ISI

### **HALAMAN SAMPUL**

### **HALAMAN JUDUL**

**LEMBAR PENGESAHAN .....**i

**SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....**ii

**ABSTRAK .....**iii

**ABSTRACT .....**iv

**KATA PENGANTAR.....**v

**DAFTAR ISI.....**viii

**DAFTAR TABEL.....**xii

**DAFTAR GAMBAR.....**xii

**BAB I PENDAHULUAN.....**1

A. Latar Belakang Penelitian ..... 1

B. Rumusan Masalah Penelitian ..... 9

C. Tujuan Penelitian..... 9

D. Kontribusi Penelitian ..... 10

**BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN**

**HIPOTESIS .....**11

A. Kajian Pustaka..... 11

1. Perilaku Konsumen ..... 11

2. Loyalitas Konsumen.....	13
3. Pemasaran.....	18
4. Persepsi Harga.....	21
5. Kualitas Produk .....	24
6. Citra Merek .....	27
7. Penelitian Terdahulu .....	30
<b>B. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....</b>	<b>35</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	39
B. Desain Penelitian.....	39
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	40
1. Definisi Variabel .....	40
2. Operasionalisasi Variabel.....	42
D. Pengukuran Variabel.....	44
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	45
1. Populasi .....	45
2. Sampel .....	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	46
G. Metode Analisis Data .....	47
1. Analisis PLS ( <i>Partial Least Square</i> ).....	47
2. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>

A. Analisa Deskriptif .....	51
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	51
2. Deskripsi Responden.....	53
3. Deskripsi Variabel.....	55
B. Hasil anasis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	59
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	60
2. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model) .....	68
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	74
1. Pengaruh Antara Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan ..	74
2. Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	75
3. Pengaruh Antara Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	76
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>78</b>
A. Simpulan.....	78
B. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
	Hasil Pra-Survey .....	7
	Penelitian Terdahulu .....	31
	Operasionalisasi Variabel .....	42
	Instrument Skala Likert .....	44
	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
	Data Responden Berdasarkan Usia.....	54
	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
	Deskripsi Variabel Persepsi Harga .....	56
	MERCUI BUANA Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	57
	Deskripsi Variabel Citra Merek .....	58
	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	58
	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	62
	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	63
	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	64

Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	66
Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterion)</i> .....	66
Hasil Pengujian <i>Composite Reliability dan Crobach's Alpha</i> .....	67
Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....	68
Hasil Pengujian Hipotesis .....	70



## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
	10 Merek Fesyen TOP Dunia Tahun 2018 .....	4
	Data penjualan Zara di Indonesia .....	5
	Rerangka Pemikiran.....	38
	Hasil Algoritma PLS.....	61
	Hasil Uji Bootstrapping .....	71
	Hasil Uji Bootstrapping .....	74

