

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SOPHIE PARIS DI BEKASI
(Studi Kasus Pada Sophie Paris BC Sinta Damai)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Nama : Gea Gaishani Rachman

NIM : 43116110455

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SOPHIE PARIS DI BEKASI
(Studi Kasus Pada Sophie Paris BC Sinta Damai)**

SKRIPSI



Nama : Gea Gaishani Rachman

NIM : 43116110455

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gea Gaishani Rachman

NIM : 43116110455

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, Februari 2020



Gea Gaishani.R
NIM 43116110455

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

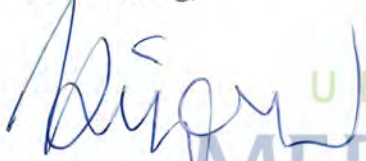
Nama : Gea Gaishani Rachman
NIM : 43116110455
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,
dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada
Produk Shopie Paris (Studi Kasus Pada konsumen Shopie
Paris BC Sinta Damai Bekasi)

Tanggal Lulus Ujian : 29 Juli 2020

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Priyono, SE., ME

Tanggal :



Luna Haningsih, SE., ME

Tanggal : 8 Agustus 2020

Dekan,

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



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

Tanggal :



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal :

ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada konsumen Sophie Paris BC : Sinta Damai Bekasi). Penelitian ini ditunjukkan kepada konsumen Sophie Paris dengan menggunakan minimal sampel 100 responden. Penelitian menggunakan metode Penelitian Kuantitatif. Analisis data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis component atau variance yaitu *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dan Variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen studi kasus pada Konsumen Sophie Paris di Bekasi.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, *Structural Equation Model* (SEM), *Partial Least Square* (PLS)



ABSTRACT

The main objective of this research is to determine the Effect of Product Quality, Service Quality, and Brand Image on Consumer Satisfaction (Case study on Sophie Paris BC consumers: Sinta Damai Bekasi). This study was shown to Sophie Paris consumers by using a minimum sample of 100 respondents. Research using Quantitative Research methods. Data analysis uses Structural Equation Model (SEM) based on component or variance based on Partial Least Square (PLS). The results of this study show that Product Quality Variables have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction, Service Quality Variables have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction, and Brand Image Variables have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction case studies on Sophie Paris Consumers in Bekasi.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Brand Image, Structural Equation Model (SEM), Partial Least Square (PLS)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan semua rahmat, taufik, hidayah, dan barokah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Shopie Paris (Studi kasus pada Konsumen Shopie Paris BC : Sinta Damai). Skripsi yang ada dalam mata kuliah wajib yaitu Tugas Akhir sebagai tahap memperoleh gelar Sarjana sesuai dengan kurikulum Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta yang memiliki tujuan untuk mahasiswa mendapatkan pengetahuan dalam penelitian dan studi kasus yang tidak diperoleh di bangku kuliah serta membantu mahasiswa dalam mengaplikasikan semua materi kuliah secara nyata. Pelaksanaan serta penyelesaian Skripsi ini tidak lepas dari bantuan, arahan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dr. Daru Asih.,M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Priyono, SE., ME selaku Dosen Pembimbing Skripsi Universitas Mercu Buana

5. Lenny Christina Nawangsari, Dr, MM selaku Dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran Universitas Mercu Buana
6. Kepada kedua orang tua dan kakak tercinta penulis yang penuh kasih dan sayang dalam mendidik dan memberi motivasi serta doa kepada penulis
7. Seluruh teman-teman mahasiswa S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta yang sama-sama menyelesaikan Skripsi
8. Sahabat-sahabat dan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu

Dengan berakhirnya penyusunan Skripsi, penulis berharap ini dapat memberikan manfaat kepada penulis, pembaca, dan perusahaan. Kritik dan saran sangat diperlukan untuk perbaikan, karena penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Februari 2020

Gea Gaishani Rachman

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	12
A.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
A.2 Prinsip-Prinsip Dasar Kepuasan Konsumen	13
A.3 Kepuasan Konsumen	15
A.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	15
A.3.2 Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen.....	16
A.3.3 Strategi Kepuasan Konsumen	19
A.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen	21

A.4	Kualitas Produk	21
A.4.1	Tingkatan Produk	21
A.4.2	Dimensi Kualitas Produk.....	22
A.4.3	Indikator Kualitas Produk	24
A.5	Kualitas Pelayanan.....	25
A.5.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	25
A.5.2	Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan.....	26
A.6	Citra Merek	27
A.6.1	Pengertian Citra Merek.....	27
A.6.2	Indikator Citra Merek	28
A.7	Penelitian Terdahulu	28
B.	Rerangka Pemikiran	33
B.1	Hubungan Antar Variable	33
B.2	Rerangka Konseptual	35
C.	Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Waktu dan tempat penelitian	37
1.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
B.	Desain Penelitian	37
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variable	38
D.	Pengukuran Variabel	42
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
1.	Populasi Penelitian	43
2.	Sampel Penelitian	44
F.	Metode Pengumpulan Data.....	45
G.	Metode Analisis Data	45
1.	Uji Validitas.....	46
2.	Uji Reliabilitas	46
H.	Metode Statistik	47
1.	Statistika Deskriptif	47

2. Metode Partial Least Square (PLS)	47
3. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	48
4. Evaluasi Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	52
1. Sejarah Perusahaan	52
2. Visi dan Misi Perusahaan	53
B. Karakteristik Responden.....	54
C. Analisis Statistik	56
1. Analisis Deskriptif.....	56
2. Analisis Statistik Inferensial.....	66
a) Uji Validitas.....	66
b) Uji Reliabilitas.....	71
c) Evaluasi <i>Inner Model</i>	73
1) Analisis <i>R-Square</i>	73
2) Uji Relevansi Prediksi	73
3) Uji Kausalitas	74
D. Pembahasan Penelitian	77
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen produk Sophie Paris.....	77
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen produk Sophie Paris.....	78
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen produk Sophie Paris.....	80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	88



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel A.1	Perusahaan Multi Level Marketing (MLM) di Indonesia	2
Tabel A.2	Laporan Penjualan Shopie Paris BC Sinta Damai	4
Tabel A.3	Jumlah Member BC Sinta Damai	5
Tabel A.4	Pre Survey	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Operasional Variable.....	41
Tabel 3.2	Instrumen Sklama Likert.....	43
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden.....	54
Tabel 4.2.	Kriteria Variabel	57
Tabel 4.3.	Penilaian Responden pada variabel Kualitas Produk.....	58
Tabel 4.4.	Penilaian Responden pada variabel Kualitas Pelayanan.....	61
Tabel 4.5.	Penilaian Responden pada variabel Citra Merk.....	63
Tabel 4.6.	Penilaian Responden pada variabel Kepuasan Konsumen	65
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Menggunakan Nilai Loading Factor	68
Tabel 4.8	Nilai AVE	69
Tabel 4.9	Cross Loadings.....	70
Tabel 4.10	Goodness of Fit	72
Tabel 4.11.	Nilai R-Square Model	73
Tabel 4.12.	Hasil Path Coefficients.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Rerangka Konseptual	35
Gambar 4.1	Uji Measurement Model	67
Gambar 4.2	Diagram Jalur dari Model Teoritis Penelitian	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisoner Penelitian	88
Lampiran 2. Data Jawaban Responden.....	95
Lampiran 3 Uji Meansurment Model	114
Lampiran 4 Nilai AVE.....	115
Lampiran 5 <i>Cross Loading</i>	116
Lampiran 6 <i>Goodnees of Fit</i>	117
Lampiran 7 Nilai R-Square Model	117
Lampiran 8 Diagram Jalur dari Model Teoristis	118
Lampiran 9 Hasil <i>Path Coefficients</i>	118

