

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
PENGGUNA SEPEDA UNITED DENGAN KEPUASAN  
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

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



**Nama : Arifin Winarno**

**NIM : 43117110192**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2022**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
PENGGUNA SEPEDA UNITED DENGAN KEPUASAN  
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**



**Nama : Arifin Winarno**

**NIM : 43117110192**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arifin Winarno

Nim : 43117110192

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari 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.



Jakarta, 05 Oktober 2022



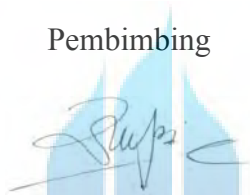
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Arifin Winarno  
NIM : 43117110192

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Arifin Winarno  
NIM : 43117110192  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA SEPEDA UNITED DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
Tanggal Sidang : 5 Oktober 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Ir. Zulfitri MP, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 10221703



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Sepeda United Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan bapak Dr. Zulfitri, M.P., M.M yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof.Dr.Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M., Selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Endi Rekarti, SE., M.M., selaku dosen Metodologi Penelitian
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua orang tua tercinta, Kakak tercinta, Adik tercinta yang selalu memberi dukungan dan doa yang tiada hentinya selalu kepada penulis.

7. Kepada sahabat seperjuangan, terima kasih untuk selalu memberikan semangat dan doa yang luar biasa kepada penulis. Dan seluruh pihak yang belum disebutkan namanya di dalam 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 hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 10 Oktober 2022



Arifin Winarno  
NIM: 43117110192

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

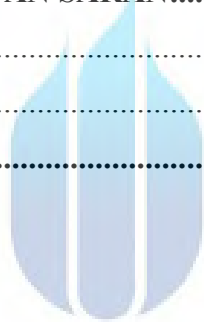
Keterangan	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Kontribusi Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
<b>DAN KERANGKA KONSEPTUAL.....</b>	<b>15</b>
A. Manajemen Pemasaran .....	15
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	15
2. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	16
3. Filosofi dalam Pemasaran .....	18
4. Fungsi Pemasaran .....	19
B. Loyalitas Konsumen.....	20
1. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	20
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan..	21
3. Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	23
4. Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen.....	23
5. Dimensi dan Indikator Loyalitas Konsumen.....	25
C. Kepuasan Konsumen.....	26
1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	26

2. Faktor – Faktor Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	28
3. Manfaat Kepuasan Konsumen.....	29
4. Cara Mengukur Kepuasan Konsumen .....	30
5. Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen .....	32
D. <i>Brand Image</i> .....	33
1. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	33
2. Faktor-Faktor Terbentuknya <i>Brand Image</i> .....	34
3. Manfaat Citra Merek.....	36
4. Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i> .....	36
E. Kualitas Produk.....	38
1. Pengertian Kualitas Produk.....	38
2. Siklus Hidup Produk.....	39
3. Perspektif Terhadap Kualitas Produk .....	40
4. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	42
F. Persepsi Harga.....	43
1. Pengertian Persepsi Harga.....	43
2. Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga .....	44
3. Tujuan Penetapan Harga .....	46
4. Dimensi dan Indikator Persepsi Harga .....	47
G. Penelitian Terdahulu.....	49
H. Pengembangan Hipotesis.....	52
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen ..	52
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	53
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	53
4. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	54
5. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Konsumen ...	55
6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	56
7. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	57



I. Kerangka Konseptual .....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	60
B. Desain Penelitian .....	60
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	61
1. Definisi Variabel .....	61
2. Operasional Variabel .....	63
D. Pengukuran Variabel .....	65
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	66
1. Populasi .....	66
2. Sampel .....	66
3. Teknik Sampel .....	67
F. Teknik Pengumpulan Data .....	68
G. Metode Analisis Data .....	69
1. Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i> .....	69
2. Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i> .....	71
3. Uji Hipotesis .....	72
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>73</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	73
1. Profil <i>United Bike</i> .....	73
2. Produk-Produk <i>United Bike</i> .....	74
B. Statistik Deskriptif .....	75
1. Karakteristik Responden .....	75
2. Deskripsi Variabel .....	79
C. Hasil Uji Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	85
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	86
2. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	94
3. Uji Variabel Mediasi .....	99
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	100
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen ..	100

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	101
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	102
4. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	103
5. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Konsumen ...	104
6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	105
7. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.	107
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>109</b>
A. Kesimpulan .....	109
B. Saran .....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>113</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Nilai Impor Sepeda (Semester I-2020).....	1
1.2	<i>Top Brand Award</i> Kategori Sepeda Dewasa .....	2
1.3	Data Penjualan Sepeda Tahun 2018-2020 (Unit).....	6
1.4	Pra Survey Penelitian.....	7
2.1	Penelitian Terdahulu.....	49
3.1	Operasionalisasi Variabel <i>Brand Image</i> (X <sub>1</sub> ).....	63
3.2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ).....	63
3.3	Operasionalisasi Variabel Persepsi Harga (X <sub>3</sub> ).....	64
3.4	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Konsumen (Z).....	65
3.5	Operasionalisasi Variabel Loyalitas Konsumen (Y) .....	65
3.6	Skala Likert.....	66
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.2	Responden Berdasarkan Status .....	76
4.3	Responden Berdasarkan usia .....	76
4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	77
4.5	Responden Berdasarkan Jabatan.....	78
4.6	Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	78
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> .....	79
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	80
4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga.....	82
4.10	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen.....	83
4.11	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Konsumen.....	84
4.12	Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	87
4.13	Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi) .....	89
4.14	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross loadings</i> ) .....	90
4.15	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell Lacker Criterium</i> )	92
4.16	Hasil Pengujian <i>Reliability</i> dan AVE.....	93
4.17	Nilai R <sup>2</sup> Variabel Endogen.....	95
4.18	Hasil Pengujian Hipotesis.....	97

4.19 Hasil Pengujian Hipotesis.....	99
-------------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Nilai Impor Sepeda dan Bagian Sepeda (Semester I-2020) .....	1
2.2	Kerangka Konseptual .....	59
4.1	Hasil Algoritma PLS .....	86
4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi) .....	88
4.3	Hasil Uji <i>Boostrapping</i> .....	98



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Keterangan	Halaman
1.	Kuesioner .....	120
2.	Karakteristik Responden.....	125
3.	Hasil Jawaban Responden .....	131
4.	Hasil Uji Model Pengukuran Outer Model.....	161
5.	Hasil Uji Model Struktural.....	166

