

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN**

**(Studi Pada PT. *Lion Parcel* Kedoya Jakarta Barat)**

**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 : Dimas Suparwanto

NIM : 43119010220

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

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda Tangan Dibawahini :

Nama : Dimas Suparwanto  
Nim : 43119010220  
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa proposal 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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 10 Juni 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Dimas Suparwanto  
NIM : 43119010220

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dimas Suparwanto

NIM : 43119010220

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan Dan Presepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

Tanggal Sidang: 27 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Shinta Rahmani, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233281



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul : **“PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN** (Studi Pada PT. *Lion Parcel* Kedoya Jakarta Barat)”.

Untuk itu penulis merasa perlu mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik, walaupun masih terdapat banyak kekurangan. Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, Selaku.Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Dudi Permana, Ph.D, Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Eri Marlapa, SE, MM., Selaku Sekretaris I dan II Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
5. Dr. Shinta Rahmani, SE, M.SI selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan masukan serta memberi motivasi selama penyusunan skripsi.
6. Suzan Bernadetha Stephani, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan.
7. Kedua Orang Tua tercinta, Ayah Saidjo dan Ibu Harmiyati, serta kakak – Kakak saya Elisa Devitasari, Herdian Tamtama Putra, dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil

10. serta Kekasih saya Calia Malsa kasih sayang, semangat dan doanya yang tiada hentinya sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
12. Teman-teman jurusan Manajemen angkatan 2019 Universitas Mercu Buana.
13. Teman-teman grup Tenang yang telah memberikan motivasi serta saran dan masukan.
14. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuan, motivasi dan doanya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan masukan serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap apa yang terkandung dalam penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 10 Juni 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Dimas Suparwanto  
NIM 43119010220

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Perumusan Masalah .....	21
C. Tujuan Penelitian .....	22
D. Kontribusi Penelitian .....	22
1. Kontribusi Teoritis .....	22
2. Praktis.....	22
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ..</b>	<b>23</b>
A. Kajian Teori .....	23
1. Manajemen Pemasaran.....	23
2. Pemasaran .....	24
B. Perilaku Konsumen.....	24
C. Citra Perusahaan .....	25
1. Pengertian Citra Perusahaan .....	25
2. Dimensi Citra Perusahaan .....	26
3. Indikator Citra perusahaan .....	26
D. Kualitas Layanan .....	27
1. Pengertian Kualitas Layanan.....	27

2.	Dimensi Kualitas Layanan .....	28
3.	Indikator Kualitas Layanan .....	28
E.	Presepsi Harga .....	29
1.	Pengertian Presepsi Harga.....	29
2.	Indikator Presepsi Harga .....	30
3.	Dimensi Presepsi Harga Manfaat Presepsi harga .....	30
F.	Kepuasan Konsumen .....	31
1.	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	31
2.	Faktor Kepuasan Konsumen .....	32
3.	Dimensi Kepuasan Konsumen .....	32
4.	Indikator Kepuasan Konsumen .....	33
G.	Hasil Penelitian Sebelumnya .....	33
H.	Kerangka Berpikir.....	36
I.	Pengembangan Hipotesis .....	37
2.3.1	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap kepuasan Konsumen .....	37
2.3.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan konsumen .....	37
2.3.3	Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap	
	Kepuasan Konsumen .....	38
	<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
A.	Waktu Dan Tempat Penelitian.....	39
B.	Desain Penelitian .....	39
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	40
1.	Definisi Variabel .....	40
2.	Operasionalisasi Variabel.....	42
D.	Skala Pengukuran variabel.....	44
E.	Populasi dan Sampel.....	45
1.	Populasi Penelitian .....	45
2.	Sampel Penelitian.....	46
F.	Metode Pengumpulan Data.....	47
G.	Metode Analisis Data.....	48
1.	Analisis Statistik Deskripsi .....	48

2.	Analisa Outer Model (Model Pengukuran).....	49
3.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model).....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>54</b>
A.	Gambaran Umum PT Lion Parcel .....	54
1.	Visi .....	54
2.	Misi .....	54
3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini .....	56
5.	Deskripsi Jawaban Variabel Citra Perusahaan.....	57
6.	Deskripsi Jawaban Variabel Kualitas Layanan.....	58
7.	Deskripsi Jawaban Variabel Presepsi Harga.....	58
8.	Deskripsi Jawaban Variabel Loyalitas Kepuasan Konsumen.....	59
B.	Hasil Uji Kualitas Data .....	60
1.	Evaluasi Measurement (outer) Model.....	60
2.	Hasil Pengujian Convergent Validity.....	60
3.	Hasil Pengujian Discriminant Validity .....	62
C.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model).....	64
1.	Uji Multikolinearitas .....	64
2.	Hasil Pengujian Hipotesis (Path Coefficients).....	65
D.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	68
1.	Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen.....	68
2.	Kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen .....	69
3.	Presepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	69
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>		<b>70</b>
A.	Kesimpulan .....	70
B.	Keterbatasan Penelitian: .....	71
C.	Saran .....	71
1.	Saran Praktis .....	71
2.	Saran Teoritis .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>73</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>77</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survey .....	19
Tabel 2. 1 Tabel Hasil Penelitian Sebelumnya.....	33
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 2 Tingkatan dengan Skala Likert.....	48
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4. 2 Frekuensi Usia .....	56
Tabel 4. 3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Perusahaan .....	57
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan .....	58
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Presepsi Harga .....	58
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen ....	59
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Kriteria Fornell-Lacker)	63
Tabel 4. 8 Uji Ratio Heterotrait Monotrait (HTMT).....	63
Tabel 4. 9 Nilai Inner VIF .....	65
Tabel 4. 10 Hasil Path Coefficient .....	65
Tabel 4. 11 Nilai R-square.....	67
Tabel 4. 12 Nilai F-Square .....	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji (Q2).....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	36
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS .....	62



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....	64
Lampiran 2: Hasil Kuesioner.....	69
Lampiran 3: Hasil Karakteristik Jawaban.....	85
Lampiran 4: Final Result .....	88



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA