

**PENGARUH PREFERENSI MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG SHAMPO SUNSILK HIJAB**

**(Studi pada Pengguna Shampo Sunsilk Hijab di Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND PREFERENCE, QUALITY PERCEPTION,
PRICE PERCEPTION AND CUSTOMERS SATISFACTION***

OF REBUYING INTEREST SUNSILK HIJAB SHAMPOO

(Study on Sunsilk Hijab Shampoo at Muhammadiyah University of Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

NURHIKMAH

20130410306

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Nurhikmah

Nomor Mahasiswa : 20130410306

Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “**PENGARUH PREFERENSI MEREK, PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG SHAMPO SUNSILK HIJAB**”. Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi ini atau perguruan tinggi lain kecuali bagian – bagian tertentu saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya tulis ilmiah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 27 April 2017

Materai, 6000

Nurhikmah

MOTTO

“Tiadanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan; dan saya percaya diri saya sendiri.” (Muhammad Ali)

“Kebanggaan kita terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kita jatuh.” (Confusius)

“ Semua orang tidak perlu menjadi malu karena pernah berbuat kesalahan, selama ia menjadi lebih bijaksana dari sebelumnya.” (Alexander Pope)

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur hanya kepada Allah SWT yang telah memberikan karunianya.

Dengan kerendahan hati, skripsi ini ku persembahkan kepada :

1. Terima kasih atas semua dukungan serta doa-doanya yang senantiasa Bapak dan Ibu panjatkan demi keberhasilanku, terima kasih atas kasih dan sayang yang telah diberikan kepadaku, tanpa beliau aku bukanlah apa-apa
2. Terima kasih buat kaka saya mashadi, mbamut serta adik saya hasyim dan dinny yang telah senantiasa mendoakan serta memberi dukungan agar lekas terselesaikannya skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. LANDASAN TEORI.....	8
1. Konsep Preferensi Merek	8
2. Persepsi Kualitas	10
3. Persepsi Harga.....	12
4. Kepuasan Pelanggan	13
5. Minat Beli Ulang.....	15
B. Hasil Penelitian Terdahulu	16
C. Kerangka Pemikiran dan Penurunan Hipotesis.....	17
BAB II.....	23

MOTODE PENELITIAN.....	23
A. Objek Penelitian dan Subjek Penelitian	23
B. Jenis Data	23
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	23
D. Teknik Pengumpulan Data	23
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	23
F. Uji Kualitas Instrumen	26
G. Uji Asumsi Klasik	27
1. Uji Multikolonieritas.....	27
2. Uji Heteroskedastisitas	27
3. Uji Normalitas.....	28
H. Uji Hipotesis dan Analisis Data	28
1. Analisis Regresi Linier Berganda	28
2. Pengujian Hipotesis.....	29
BAB IV	32
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	32
1. Gambar Objek Penelitian	32
2. Subjek Penelitian.....	33
B. Hasil Karakteristik Responden Penelitian.....	34
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas.....	39
3. Uji Normalitas	40
4. Uji Multikolonieritas	41
5. Uji Heteroskedastisitas	42
C. ANALISIS DATA	43
1. Analisis Deskriptif Jawaban Responden	43
2. Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis.....	46
D. PEMBAHASAN	50
BAB V	53
SIMPULAN DAN SARAN	53

A. Simpulan.....	53
B. Keterbatasan Masalah.....	53
C. Keterbatasan Penelitian	53
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel	24
Tabel 4.1 Rincian Penyebaran Kuesioner	34
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur	35
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Fakultas	36
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Preferensi Merek	37
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Kualitas	37
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Harga.....	38
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	38
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Beli Ulang.....	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas	42
Tabel 4.11 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Preferensi Merek.....	43
Tabel 4.12 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Persepsi Kualitas.....	44
Tabel 4.13 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Persepsi Harga	45
Tabel 4.14 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan	45
Tabel 4.15 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Minat Beli Ulang.....	46
Tabel 4.16 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	21
Gambar 4.1 Model Penelitian	41
Gambar 4.2 Model Penelitian	43