

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK EIGER ADVENTURE DI YOGYAKARTA**

*THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PERCEVED PRODUCT QUALITY ON
CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY OF EIGER
ADVENTURE PRODUCTS IN YOGYAKARTA*



Oleh

FAJAR PADAMARAN

20150410189

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK EIGER ADVENTURE DI YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PERCEVED PRODUCT QUALITY ON
CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY OF EIGER
ADVENTURE PRODUCTS IN YOGYAKARTA***

SKRIPSI

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



Oleh

FAJAR PADAMARAN

20150410189

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

SKRIPSI

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Persepsian Produk Terhadap
Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Produk Eiger
Adventure Di Yogyakarta**

*The Effect Of Brand Image, Perceived Product Quality On Customer
Satisfaction And Customer Loyalty Of Eiger Adventure Products In
Yogyakarta*



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Susanto', is positioned above the printed name.

Dr. Susanto, M.S.
195212231980 031 003

Tanggal 24 April 2019

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK EIGER ADVENTURE DI YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PERCEVED PRODUCT QUALITY ON
CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY OF EIGER
ADVENTURE PRODUCTS IN YOGYAKARTA***

Diajukan Oleh

FAJAR PADAMARAN

20150410189

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 28 Juni 2019

Yang Terdiri Dari


Dr. Indah Fathawati, S.E., M.Si.

Ketua Tim Penguji



Dr. Susanto, M.S.
Anggota Tim Penguji



Sutrisno Wibowo, SE., MM.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA.

NIK 19731218199904143 068

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : FAJAR PADAMARAN

Nomor Mahasiswa : 20150410189

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN PRODUK EIGER ADVENTURE DI YOGYAKARTA” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah 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, 28 Juni 2019



Fajar Padamaran

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetalah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”

(Q.S. Al- Insyirah: 6-7)

“Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke gagalannya berikutnya tanpa kehilangan semangat”

(Wiston Churchill)

“Jika anda ingin repot 2 hari adakan pesta makan, jika anda ingin repot 2 tahun bangunlah rumah, jika anda ingin repot seumur hidup maka menikahlah 2 kali maka kehidupan anda akan berubah”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Rasa syukur dan terimakasih kepada Allah SWT yang memberikan karunia dan ridho-Nya kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan, ku persembahkan untuk semua yang telah terlibat dalam penelitian ini, yang telah mendukung dan memberikan doa untuk kelancaran skripsi ini, Tak lupa pula skripsi ini kupersembahkan kepada orang tua saya yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Sahabat chickanjay tercintaku yang selalu membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini yaitu Alfahmi, Hanafi, Wak Dana, Edrik, Arum dan Faiz yang telah memberi warna perkuliahan dari awal semester hingga akhirnya mampu menyelesaikan skripsi. Serta Terimakasih ku kepada wanita yang bernama Aulia Rusita yang selalu ada dalam situasi apapun yang selalu memberikan semangat, dukungan setiap hari dengan kata-kata semangat dan kerjain hingga skripsi ini mampu terselesaikan.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas persepsian produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen produk Eiger Adventure di Yogyakarta. Objek dari penelitian ini menggunakan Eiger Adventure di Yogyakarta. Sampel diseleksi menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel yaitu 200. Penelitian ini menggunakan alat analisis SEM dengan AMOS 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas persepsian produk positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, citra merek dan kualitas persepsian produk positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: citra merek, kualitas persepsian produk, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand image, perceived quality of products on customer satisfaction and customer loyalty of Eiger Adventure products in Yogyakarta. The object of this study uses Eiger Adventure in Yogyakarta. Samples were selected using purposive sampling method with a sample number of 200. This study used SEM analysis tools with AMOS 22. The results of this study indicate that brand image and product quality are positive and significant towards customer satisfaction, brand image and positive and significant product perceived quality towards consumer loyalty and positive and significant customer satisfaction towards consumer loyalty

Keywords: Brand Image, Perceived Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Persepsian Produk terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Produk Eiger Adventure Di Yogyakarta”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menghaturkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rizal Yahya, S.E, M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D. selaku kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr.Susanto Ms. selaku dosen pembimbing yang penuh dengan kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Kedua orang tua yang tidak henti memberikan dukungan moral dan selalu memanjatkan doa untuk kesuksesan saya demi kelancaran penelitian ini.
5. Teruntuk keluarga keduaku Chickanjay yaitu alfahmi, Hanafi, edrika, wak dana faiz dan arum yang selalu ada dan hadir dalam keseharian mulai dari awal sampai akhir penelitian ini selesai selalu senantiasa membangun semangat.

6. Teruntuk Aulia Rusita yang selalu mensupport dan tetap menghibur disaat lelah dan senantiasa menemani, terimakasih sudah membawa kebahagiaan dan selalu mendoakan yang terbaik.
7. Teruntuk teman kos Andre, Kijunk dan Henri yang selalu mensupport, menginspirasi dan memberikan ide-ide setiap hari untuk kesuksesan peneltian ini.
8. Teruntuk keluarga KKN 240 yang selalu memberikan keceriaan, candaan dan kisah – kisah luar biasa yang tidak terlupakan.
9. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu kritik, saran dan pengembangan penelitian sangat diperlukan untuk kedalaman dalam karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 24 April 2019
Penulis

Fajar Padamaran

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
<u>HALAMAN PERNYATAAN</u>	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Hasil Penelitian Terdahulu	21
C. Penurunan Hipotesis.....	26
D. Model Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Objek dan Subjek Penelitian	31
B. Populasi Penelitian	31
C. Metode Sampling dan Teknik Pengambilan Sampel	32
D. Jenis Data	33

E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
G. Pengujian Kualitas Instrument	38
H. Alat Analisis.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	45
B. Uji Kualitas Instrumen	48
C. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	55
D. Pembahasan.....	70
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	75
A. Simpulan	75
B. Keterbatasan Penelitian	76
C. Saran	76
Daftar Pustaka	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand For Index 2018.....	5
Tabel 1. 2 20 Merek Peralatan Outdoor Paling Terkenal Tahun 2017	6
Tabel 2. 2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Uji Goodness of fit.....	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan Responden	48
Tabel 4. 4 Hasil CFA Citra Merek.....	49
Tabel 4. 5 Hasil CFA Kualitas Persepsian Produk	50
Tabel 4. 6 Hasil CFA Kepuasan Konsumen	50
Tabel 4. 7 Hasil CFA Loyalitas Konsumen	51
Tabel 4. 8 Hasil Reliabilitas Citra Merek.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Reliabilitas Kualitas Persepsian Produk.....	53
Tabel 4. 10 Hasil Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	53
Tabel 4. 11 Hasil Reliabilitas Loyalitas Konsumen.....	54
Tabel 4. 12 Perhitungan Degrees of Freedom.....	57
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4. 14 Hasil Multicollinearity	62
Tabel 4. 15 Hasil uji goodness of fit index	63
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Pengaruh Hubungan Langsung Setiap Variabel.....	65
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis.....	65
Tabel 4. 18 Hasil Standardized Direct Effects	68
Tabel 4. 19 Hasil Standardized Indirect Effects.....	69
Tabel 4. 20 Hasil Uji Mediasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	30
Gambar 4. 1 Persamaan Struktural.....	56
Gambar 4. 2 Output Pemodelan Structural Equation Modeling	63

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER	80
LAMPIRAN 2 KARAKTERISTRIK RESPONDEN	86
LAMPIRAN 3 MODEL PENELITIAN	87
LAMPIRAN 4 UJI KUALITAS INSTRUMEN	88
LAMPIRAN 5 IDENTIFIKASI MODEL STRUKTURAL	91
LAMPIRAN 6 UJI NORMALITAS	92
LAMPIRAN 7 UJI OUTLIERS	93
LAMPIRAN 8 MULTICOLLINEARITY	96
LAMPIRAN 9 GOODNESS-OF-FIT	96
LAMPIRAN 10 UJI HIPOTESIS	97
LAMPIRAN 11 UJI MEDIASI	98