



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

**Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas
Layanan dan Citra Merek Terhadap
Kepuasan Pelanggan PT. Logam Sejati**

PROPOSAL PENELITIAN

MAULANA ALIF HIDAYAT

171500253

Dosen Pembimbing

I MADE BAGUS DWIARTA, S.E.,M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2022

HALAMAN JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PT. LOGAM SEJATI**

PROPOSAL PENELITIAN

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI
Adi Buana Surabaya

Maulana Alif Hidayat

NIM: 171500253

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA 2022

LEMBAR PERSETUJUAN



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya

60234 Website : <http://www.unipasby.ac.id>

Lembar Persetujuan Ujian Skripsi

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap
Kepuasan Pelanggan PT. Logam Sejahtera

- a. Nama : Maulana Alif Hidayat
- b. NIM : 171500253
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing guna mengikuti ujian skripsi dan layak
untuk di uji.

Tanggal : 22 April 2022

Dosen Pembimbing,


I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.
NIP/NPP : 1109598

BERITA ACARA SKRIPSI

Skrripsi ini telah diterima dan disetujui oleh panitia ujian skripsi
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya :

Hari : Senin

Tanggal : 01 Agustus

Tahun : 2022


Mengetahui,

Dosen Penguji I



Dr. Teguh Parwanto, M.M.
NIP : 19601222.199003.1001

Dosen Penguji II



Dr. Subaryanto, M.M.
NIP : 0011403/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Logam Sejati

a. Nama : Maulana Alif Hidayat
b. NIM : 171500253
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI AdiBuana Surabaya

Alamat e-mail : alifmaulana198@gmail.com

Surabaya, 29 Agustus 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi



I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.
NIP/NPP: 1109598/DY

Dosen Pembimbing



I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.
NIP/NPP: 1109598/DY

Menyetujui,
Dekan



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., MSM.
NIP: 0709494/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maulana Alif Hidayat

NIM : 171500253

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul: "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Logam Sejati" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022 bersifat original.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 29 Agustus 2022

Mahasiswa,



Maulana Alif Hidayat

NIM : 171500253

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat serta hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. LOGAM SEJATI” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapatkan motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. M. Soebandowo, M.S., Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
4. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan koreksi selama proses penyelesaian skripsi ini,
5. Bapak/Ibu Pimpinan dan staff PT. Logam Sejati yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian ini guna menyelesaikan skripsi ini,
6. Bapak/Ibu Dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan,

7. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung saya serta memberikan doa demi kesuksesan serta kemudahan dalam segala hal,
8. Untuk istri saya Yoshinta Rizki Al Azis atas segala apresiasi dan motivasi agar menyelesaikan skripsi di tahun ini,
9. Teman-teman Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Khususnya angkatan 2017 yang selalu menyemangati satu sama lain.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak di atas, mendapat imbalan yang sepadan dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

“ Motto “

“ Tiada daya dan kekuatan melainkan dari pertolongan ALLAH yang Maha Tinggi lagi Maha Agung. #Stay Halal “

Surabaya, 29 Agustus 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, overlapping letters that appear to be 'A' and 'H'.

Maulana Alf Hidayat

ABSTRAK

Makna dari bentuk analisis ini bermaksudkan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Logam Sejati. Nilai sampel sebanyak 74 responden dengan menggunakan sampling jenuh dan *non probability sampling*. Langkah selanjutnya melakukan analisis uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis untuk memperoleh jawaban seberapa berpengaruh persepsi harga, kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan PT. Logam Sejati. Data pengolahan kuesioner melalui SPSS. Diperoleh semua variabel dinyatakan valid dengan nilai *corrected item total correlation* $> 0,3$ dan semua nilai variabel *Cronbach Alpha* $> 0,6$ yang berarti variabel dinyatakan reliabel. Dengan melihat hasil uji t memiliki pengaruh secara parsial antara kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. sedangkan persepsi harga tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Untuk Persepsi Harga, kualitas layanan dan citra merek terdapat pengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan F hitung 66,374 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The meaning of this form of analysis is intended to analyze the effect of Price Perception, Service Quality and Brand Image on Customers Satisfaction PT. Logam Sejati. The sample value is 74 respondents using saturated sampling and non-probability sampling. The next step is to analyze the validity, test reliability, and hypotheses to find out how important the perception of price, service quality and brand image is to customer satisfaction of PT. Logam Sejati. Processing of questionnaire data through SPSS. It was found that all variables were declared valid with the corrected item total correlation value > 0.3 and all Cronbach Alpha variable values > 0.6 which means the variable is declared reliable. The results of the t test have a partial influence between service quality and brand image on customer satisfaction. while the price perception has no effect on customer satisfaction. For price perception, service quality and brand image there is a simultaneous effect on customer satisfaction with F count 66,374 and a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords : Price Perception, Service Quality, Brand Image, and Customers Satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul Skripsi	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
BERITA ACARA SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Pemasaran	18
2.2.1.1 Manajemen Pemasaran	19
2.2.2 Persepsi Harga.....	20
2.2.1.1 Pengertian Persepsi Harga	47
2.2.2.2 Tujuan Persepsi Harga	21
2.2.2.3 Indikator Persepsi Harga	22
2.2.3 Kualitas Layanan	23

2.2.3.1	Pengertian Kualitas Layanan	23
2.2.3.2	Jenis-Jenis Kualitas Layanan	25
2.2.3.3	Manfaat Kualitas Layanan.....	26
2.2.3.4	Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan..	27
2.2.3.5	Indikator Kualitas Layanan.....	28
2.2.4	Citra Merek.....	31
2.2.4.1	Pengertian Citra Merek	31
2.2.4.2	Aspek dalam Citra Merek.....	31
2.2.4.3	Tujuan Citra Merek.....	32
2.2.4.4	Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	33
2.2.4.5	Indikator Citra Merek.....	34
2.2.5	Kepuasan Pelanggan.....	34
2.2.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	34
2.2.5.2	Tujuan Kepuasan Pelanggan.....	36
2.2.5.3	Faktor Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	36
2.2.5.4	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	37
2.3	Kerangka Konseptual	38
2.4	Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1	Rancangan Penelitian	41
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.2.1	Populasi	43
3.2.2	Sampel.....	43
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	43

3.3 Jenis dan Sumber Data	44
3.3.1 Jenis Data	44
3.3.2 Sumber Data.....	44
3.4 Prosedur dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data	44
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	45
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	47
3.5.1 Lokasi Penelitian.....	44
3.5.2 Waktu Penelitian	44
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	47
3.6.1 Variabel Penelitian	47
3.6.1.1 Variabel Bebas (Independen)	44
3.6.1.2 Variabel Terikat (Dependen).....	47
3.6.2 Definisi Operasional Variabel.....	48
3.7 Teknik Analisis Data	49
3.7.1 Pengujian Instrumen Penelitian	50
3.7.1.1 Uji Validitas	50
3.7.1.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.2.1 Uji Normalitas	51
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas.....	52
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.7.2.4 Uji Autokorelasi	53
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.7.4 Uji Hipotesis.....	54

3.7.4.1	Uji t.....	54
3.7.4.2	Uji F.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Hasil Penelitian	55
4.1.1	Gambaran Perusahaan.....	55
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	56
4.1.2.1	Visi Perusahaan.....	56
4.1.2.2	Misi Perusahaan.....	56
4.1.3	Struktur Organisasi	56
4.1.4	Uraian Tugas	57
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	59
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	60
4.2.1.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	60
4.2.1.2	Karakteristik Usia Responden	61
4.2.1.3	Karakteristik Status Responden.....	62
4.2.1.4	Karakteristik Lama Bekerja Responden.....	63
4.2.2	Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan	64
4.2.2.1	Variabel Persepsi Harga	64
4.2.2.2	Variabel Kualitas Layanan	65
4.2.2.3	Variabel Citra Merek	66
4.2.2.4	Variabel Kepuasan Pelanggan	67
4.3	Analisis Data.....	68
4.3.1	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	68
4.3.1.1	Hasil Uji Validitas.....	68

4.3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	72
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	74
4.3.2.1 Hasil Uji Normalitas.....	74
4.3.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas	76
4.3.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
4.3.2.4 Hasil Uji Autokorelasi.....	78
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	78
4.5 Pengujian Hipotesis.....	82
4.5.1 Hasil Uji t.....	82
4.5.1.1 Pengujian Hipotesis X1	82
4.5.1.2 Pengujian Hipotesis X2	83
4.5.1.3 Pengujian Hipotesis X3	83
4.5.2 Hasil Uji F	83
4.5.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabel Penjualan	5
Tabel 3.1 Skala Likert.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden	61
Tabel 4.3 Karakteristik Status Responden	62
Tabel 4.4 Karakteristik Lama Bekerja Responden.....	63
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Harga.....	64
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan	65
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek	66
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan	67
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	68
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	69
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Citra Merek	70
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	71
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga.....	72
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan	73
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	73
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	74
Tabel 4.17 Uji Normalitas	75
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.19 Uji Autokorelasi.....	78
Tabel 4.20 Analisis Regresi Linier Berganda	79
Tabel 4.21 Model Summary.....	81
Tabel 4.22 Uji t	82
Tabel 4.23 Uji F	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	56
Gambar 4.2 Scatter Plot	77

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 3 : Lembar Persetujuan Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 4 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 5 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 6 : Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7 : Kuisisioner
- Lampiran 8 : Dokumentasi
- Lampiran 9 : Tabulasi Variabel Persepsi Harga (X1)
- Lampiran 10 : Tabulasi Variabel Kualitas Layanan (X2)
- Lampiran 11 : Tabulasi Variabel Citra Merek (X3)
- Lampiran 12 : Tabulasi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
- Lampiran 13 : Distribusi Frekuensi
- Lampiran 14 : Hasil Pengujian Instrumen Penelitian
- Lampiran 15 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 16 : Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 17 : Pengujian Hipotesis