

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PT. PALANGKARYA
SENI MART**

SKRIPSI

Oleh

JUFANOV GUMANTI
1929081028/MNJ



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHEN
MEDAN
2023**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PT. PALANGKARYA
SENI MART**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada
Program Studi Manajemen Universitas Tjut Nyak
Dhien Medan**

Oleh

**JUFANOV GUMANTI
1929081028/MNJ**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIE
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PT. PALANGKARYA SENI
MART
Nama Mahasiswa : Jufanov Gumanti
Nomor Pokok Mahasiswa : 1929081028
Program Studi : MANAJEMEN

Mengetahui
Komisi Pembimbing



Amirudin, S.E., M.M., M.Si.
Dosen Pembimbing I

Mella Yunita, S.E., M.Si.
Dosen Pembimbing II

Ketua Program Studi



(Mella Yunita, S.E., M.Si.)

Dekan



(Dr. Mospa Darma, S.E., S.H., M.Kn.)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIE MEDAN**

BERITA ACARA UJIAN

**UNTUK MEMPERTAHANKAN SKRIPSI BAGI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TJUT NYAK
DHIE**

**Panitia Ujian Skripsi Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien
Dalam Sidangnya Yang Diselenggarakan Pada:**

Hari/Tanggal : Jumat / 14 April 2023
Nama Mahasiswa : Jufanov Gumanti
Nomor Pokok Mahasiswa : 1929081028
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PT. PALANGKARYA SENI
MART
Ditetapkan : (B+) Lulus Yudisium
() Lulus Bersyarat, Memperbaiki Mengulang
Tanggal :
() Tidak Lulus

**Panitia Ujian/Tim Penguji
ketua**



Oki Prayogi, S.Pd., M.Mkmt.

Anggota

(Amirudin, S.E., M.M., M.Si.)

Anggota



(Mella Yunita, S.E., M.Si.)

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Jufanov Gumanti
NPM : 1929081028
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. PALANGKARYA SENI MART** adalah skripsi karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan skripsi plagiat atau milik orang lain, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar dan jelas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 14 April 2023

Yang Menyatakan,



Jufanov Gumanti
NPM. 1929081028

ABSTRAK

Juvanov Gumamti.1929081028. Analisis Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Palangkarya Semi Mart Medan. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien. Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT palangkarya semi mart, mengetahui citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada PT palangkarya semi mart dan mengetahui persepsi harga dan citra merek secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT palangkarya semi mart. Penelitian ini dilakukan di PT palangkarya semi mart Medan dengan populasi sebanyak 216 orang perhari, penarikan sampel rumus slovin sehingga sampel sebanyak 68 orang. Penelitian ini deskriptif kuantitatif instrument kuisioner,, teknik analisis data, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda uji t (persial) uji f (simultan) dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian persamaan regresi linier berganda adalah $Y = 8,297 + 0,109 X_1 + 0,170 X_2 + 0$, uji t (persial) di peroleh nilai t_{hitung} persepsi harga adalah 2,962 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,996 ketentuan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig_{hitung} < sig_{tabel}$ atau $(2,962 > 1,996)$ dan $(0,004 < 0,05)$ nilai t_{hitung} citra merek adalah 2,376 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,996 ketentuan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig_{hitung} < sig_{tabel}$ atau $(2,376 > 1,996)$ dan $0,031 < 0,05$ dan uji f (simultan) nilai f_{hitung} persepsi harga dan citra merek adalah 5,049 . nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan $sig_{hitung} < sig_{tabel}$ atau $(5,049 > 3,133)$ dan $0,009 < 0,005$. Nilai R_{square} sebesar 0.751 atau $R^2 \times 100 \%$ sebesar 75.10% , artinya variabel bebas penelitian memberikan sumbangsi besar dalam menjelaskan tentang kepuasan pelanggan sebesar 75.10% sedangkan sisahnya 24,90% di pengaruhi fktor lain. Kesimpulan penelitian persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan secara serempak persepsi harga dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT palangkarya semi mart Medan

Kata Kunci : pengaruh persepsi harga , citra merek , kepuasan pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Hidayah yang di berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Citra Merek pelanggan PT Palangkarya Semi Mart Medan .

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bimbingan serta saran dari berbagai pihak. Atas bimbingan serta saran yang telah di berikan dalam menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada Bapak/ Ibi yang terhormat :

1. Dr. Irwan Agusnu Putra, S.P., M.P., selaku Rektor Universitas Tjut Nyak Dhien Medan, yang memberikan kesempatan untuk menimba pengetahuan.
2. Dr. Mosfah Dharma, S.E., S.H., M.H. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan.
3. Mela Yunita, S.E.,M.Si, Selaku Ketua Program Study Menejemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan, sekaligus selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan masukan dan perbakan proposal skripsi ini.
4. Amirudin, S.E., M.M., M.Si., selaku Dosen pembimbing I yang memberikan masukan – masukan dalam penyusunan proposal skripsi ini.
5. Seluruh Dosen program study S1 manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan
6. Kedua orang tua, ayahanda dan ibunda yang telah memberikan doa restu dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan.

7. Rekan – rekan stambuk 2019 Manajemen Fkultas Ekonomi dan Bisnis atas kebersamaan yang telah tercipta selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari, dalam penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik menyangkut isi, maupun penyajian, dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan kriti dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulis proposal skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi yang membacanya.

Medan, Juni 2023
Penulis,

JUVSNOF GUMAMTI
NPM.1929081028

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang masalah penelitian	1
B. Identifikasi msdslsh prnrlitish	7
C. Batasan masalah peneliitian	7
D. Perumusan masalah penelitian	8
E. Tujuan penelitian	8
F. Manfaat penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	10
A. Citra merek pelanggan.....	10
B. Persepsi harga.....	15
C. Citra merek	20
D. Kerangka koseptual	29
E. Hopotesis penelitian	30
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	31
A. Lokasi penelitian	31
B. Populasi dan sampel	31
C. Defenisi oprasional variabel.....	32
D. Teknik pengumpulan data	34
E. Teknik analisis data	34
1. Uji kualitas instrument	34
2. Uji asumsi klasik	35
3. Analisis regresi linier berganda	36
4. Uji hipotesis.....	37
5. Koefisien determinasi (R^2)	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil penelitian.....	39

1. Gambaran umum PT palangkarya semi mart Medan	39
2. Deskripsi karakteristik responden	41
3. Uji kualitas instrument	43
4. Uji asumsi klasik	45
5. Analisis regresi linier berganda	48
6. Uji hipotesis.....	49
7. Koefisien determinasi (R^2)	51
B. Pembahasan.....	52
1. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelangga.....	52
2. Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan	54
3. Pengaruh persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAK	62

DAFTAR TABEL

NO	Keterangan
1.	Jumlah permintaan buah rata – rata periode 2018 - 2022
2.	Volume penjualan dan rata –rata pengunjung palangkarya semi mart medan tahun 2018 - 2022
3.	Defenisi oprasional variabel bebas
4.	Defenisi oprasional variabel terikat
5.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, masa langganan dan dan pembelian
6.	<i>Corrected item totsl correlstion</i> variabel persepsi harga
7.	<i>Corrected item totsl correlstion</i> variabel citra merek
8.	<i>Corrected item totsl correlstion</i> kepuasan pembelian
9.	Nilai realibility persepsi harga
10.	Nilai reliability citra merek
11.	Nilai reliability kepuasan pelanggan
12.	<i>Kolmogrof – smirnov test</i>
13.	Uji multikoliniertas
14.	Analisis regresi linier berganda
15.	Nilai coefisien Uji t (persial)
16.	Uji f (simultan)
17.	Model <i>summary goodness of fit</i> (R^2)

DAFTAR GAMBAR

NO	keterangan
1.	Kerangka konseptual
2.	Model lima tahap proses membeli (kolter 2018)
3.	Pengujian normalitas
4.	Pengujian heteroskedastisitas