

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PROMOSI,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN TELURGULUNGKU DI FUN TASTE
STREET ADAM MALIK MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

Jimmy Halim

NIM : 15.711.0442



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

MIKROSKIL

MEDAN

2019

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY,
PROMOTION, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER
SATISFACTION OF TELURGULUNGKU FUN TASTE STREET
ADAM MALIK MEDAN**

FINAL RESEARCH

BY:

Jimmy Halim

Student Number : 15.711.0442



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

MIKROSKIL

MEDAN

2019

LEMBARAN PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PROMOSI
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN TELURGULUNGU DI FUN
TASTE STREET ADAM MALIK

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

JIMMY HALIM
NIM : 15.711.0442

Disetujui Oleh:

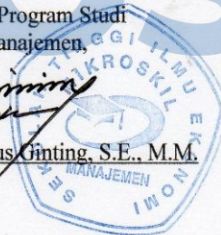
Dosen Pembimbing,


(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)

Medan, 5 Agustus 2019
Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi
Manajemen,


Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat kemurahannya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan sekaligus Ketua STIE Mikroskil Medan, yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S. Kom., M, M., selaku Ketua STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Paulus, S. Kom., M.T., selaku Wakil Ketua II STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Saliman, S.T. selaku Wakil Ketua III STIE Mikroskil Medan.
7. Ibu Maggee Senata, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
8. Ibu Hanny Siagian selaku Dosen Wali yang telah memberikan motivasi dan dukungan.
9. Dosen STIE – Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
10. Seluruh mahasiswa STIE Mikroskil Medan atau responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, terima kasih atas kerja samanya.
11. Orang tua penulis, yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga.
12. Teman-teman seperjuangan penulis Agustinus Sibarani, Putri Tiofanny, Fenny Chounardo, Kevin Lorent serta teman seangkatan yang selalu memberi penulis masukan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

13. Sahabat-Sahabat penulis Shella Halim, Kevin, Aldora, Hendra yang memberikan doa, dukungan motivasi dan saran kepada penulis.
14. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.



Medan, 05 Agustus 2019
Penulis,

(Jimmy Halim)

UNIVERSITAS MIKROSKIL

LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE- Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Jimmy Halim
NIM : 15.711.0442
Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik
Tempat Penelitian : Fun Taste Street Medan
Alamat Tempat Penelitian : Jl. Adam malik no.90 Medan
No. Telepon Tempat Penelitian : 0812 7114 8123

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku,

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 5 Agustus 2019
Saya yang membuat pernyataan,



(Jimmy Halim)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik, baik secara simultan maupun parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Telurgulungku sejumlah 100 orang yang pernah melakukan pembelian produk Telurgulungku di Fun Taste Street Adam Malik. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah penelitian asosiatif dan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian menunjukkan secara parsial citra merek, kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan variabel citra merek, kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 73.9% dan sisanya 26.1% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

kata Kunci: *Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan konsumen*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This research aims to acknowledge and to analysis the influence of brand image, product quality, Promotion, and service quality on customer satisfaction of Telurgulungku Fun Taste Street Adam Malik, whether simultaneously or partially. The population of this research is all of the consumers who purchased though Telurgulungku Fun Taste Street Adam Malik with a sample 100 respondents. The research method used in this study is associative research. The method of data collection was done by questionnaire and documentation. The analysis technique used is multiple linear regressions. Based on the result of testing in this research show. Partially brand image, product quality, promotion and service quality affect positively significant impact on customer satisfaction. that simultaneously brand image, product quality, promotion, and service quality influence the purchasing decisions on Telurgulungku. The adjusted R.Square value obtained is 73.9% and the remaining 26.1% is influenced by other variable which are not observed in this research.

Keywords: *Brand Image, product quality, Promotion, service quality, Customer Satisfaction*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3. Ruang Lingkup Penelitian | 5 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.6. Originalitas Penelitian | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1. Landasan Teori | 8 |
| 2.1.1. Manajemen Pemasaran | 8 |
| 2.1.2. Kepuasan Konsumen | 9 |
| 2.1.3. Citra Merek | 12 |
| 2.1.4. Kualitas Produk | 14 |
| 2.1.5. Promosi..... | 18 |
| 2.1.6. Kualitas Pelayanan | 22 |
| 2.2. Review Peneliti Terdahulu (<i>Theoretical Mapping</i>) | 25 |
| 2.3. Kerangka Konseptual | 30 |
| 2.4. Pengembangan Hipotesis | 31 |
| 2.4.1. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen | 31 |
| 2.4.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen | 32 |
| 2.4.3. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen | 33 |
| 2.4.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen..... | 33 |
| 2.4.5. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen | 34 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 38 |

| | | |
|---------------|---|-----------|
| 3.1. | Jenis Penelitian | 38 |
| 3.2. | Objek Penelitian | 38 |
| 3.3. | Populasi dan Sampel | 38 |
| 3.4. | Metode Pengumpulan Data | 39 |
| 3.4.1. | Angket atau kuesioner | 39 |
| 3.4.2. | Metode dokumentasi..... | 40 |
| 3.5. | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel | 40 |
| 3.5.1. | Variabel Penelitian | 40 |
| 3.6. | Metode Analisis Data | 43 |
| 3.6.3. | Pengujian Asumsi Klasik..... | 44 |
| 3.6.4. | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 47 |
| 3.6.5. | Pengujian Hipotesis | 48 |
| 3.6.6. | Koefisien Determinasi (R^2) | 49 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 53 |
| 4.1. | Hasil Penelitian..... | 53 |
| 4.1.1. | Gambaran Umum Perusahaan | 53 |
| 4.1.2. | Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner | 53 |
| 4.1.3. | Gambaran Umum Responden (Demografi)..... | 54 |
| 4.1.4. | Hasil Statistik Deskriptif | 55 |
| 4.1.5. | Hasil Uji Kualitas Data..... | 60 |
| 4.1.6. | Hasil Uji Asumsi Klasik | 70 |
| 4.1.7. | Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 75 |
| 4.1.8. | Hasil Uji Hipotesis..... | 77 |
| 4.2. | Pembahasan | 80 |
| 4.2.1. | Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan konsumen..... | 80 |
| 4.2.2. | Pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen | 81 |
| 4.2.3. | Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan konsumen..... | 82 |
| 4.2.4. | Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan konsumen | 83 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | 90 |
| 5.1. | Kesimpulan..... | 90 |
| 5.2. | Saran..... | 90 |

| | |
|-----------------------------------|------------|
| DAFTAR PUSTAKA..... | 92 |
| LAMPIRAN..... | 95 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 139 |



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| gambar 2. 1. kerangka konseptual..... | 31 |
| gambar 4. 1. grafik histogram..... | 71 |
| gambar 4. 2. grafik <i>normal probability plot</i> | 72 |
| gambar 4. 3. hasil pengujian heteroskedastisitas - grafik <i>scattlerplot</i> | 74 |



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Penjualan Telurgulungku Di Fun Taste Adam Malik Pada Tahun 2018 | 1 |
| Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu | 28 |
| Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Interval | 40 |
| Tabel 4.1 Rincian Kuesioner Konsumen Telurgulungku | 54 |
| Tabel 4. 2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 54 |
| Tabel 4. 3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia | 55 |
| Tabel 4. 4. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek..... | 56 |
| Tabel 4. 5. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk | 57 |
| Tabel 4. 6. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi..... | 58 |
| Tabel 4. 7. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan | 59 |
| Tabel 4. 8. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen | 60 |
| Tabel 4. 9. Hasil Pengujian Validitas – <i>Pearson Correlation</i> Variabel Citra Merek | 61 |
| Tabel 4. 10. Hasil Pengujian Validitas – <i>Pearson Correlation</i> Variabel Kualitas Produk..... | 62 |
| Tabel 4. 11. Hasil Pengujian Validitas – <i>Pearson Correlation</i> variabel Promosi | 64 |
| Tabel 4. 12. Hasil Pengujian Validitas – <i>Pearson Correlation</i> Variabel Kualitas Layanan..... | 65 |
| Tabel 4. 13. Hasil Pengujian Validitas – <i>Pearson Correlation</i> Variabel Kepuasan Konsumen | 67 |
| Tabel 4. 14. Hasil Pengujian Reliabilitas – <i>Cronbach Alpha</i> Variabel Citra Merek | 68 |
| Tabel 4. 15. Hasil Pengujian Reliabilitas – <i>Cronbach Alpha</i> Variabel Kualitas Produk..... | 68 |
| Tabel 4. 16. Hasil Pengujian Reliabilitas – <i>Cronbach Alpha</i> Variabel Promosi | 69 |
| Tabel 4. 17. Hasil Pengujian Reliabilitas – <i>Cronbach Alpha</i> Variabel Kualitas Layanan..... | 69 |
| Tabel 4. 18. Hasil Pengujian Reliabilitas – <i>Cronbach Alpha</i> Variabel Kepuasan Konsumen | 69 |
| Tabel 4. 19. Hasil Pengujian Multikolinearitas | 70 |
| Tabel 4. 20. Hasil Pengujian Normalitas - <i>Kolmogrov Smirnov Test</i> | 73 |
| Tabel 4. 21. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas – Uji <i>Glejser</i> | 75 |
| Tabel 4. 22. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda..... | 76 |
| Tabel 4. 23. Hasil Pengujian Hipotesis – Uji T | 77 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4. 24. Hasil Pengujian Hipotesis – Uji F..... | 79 |
| Tabel 4. 25. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)..... | 80 |

