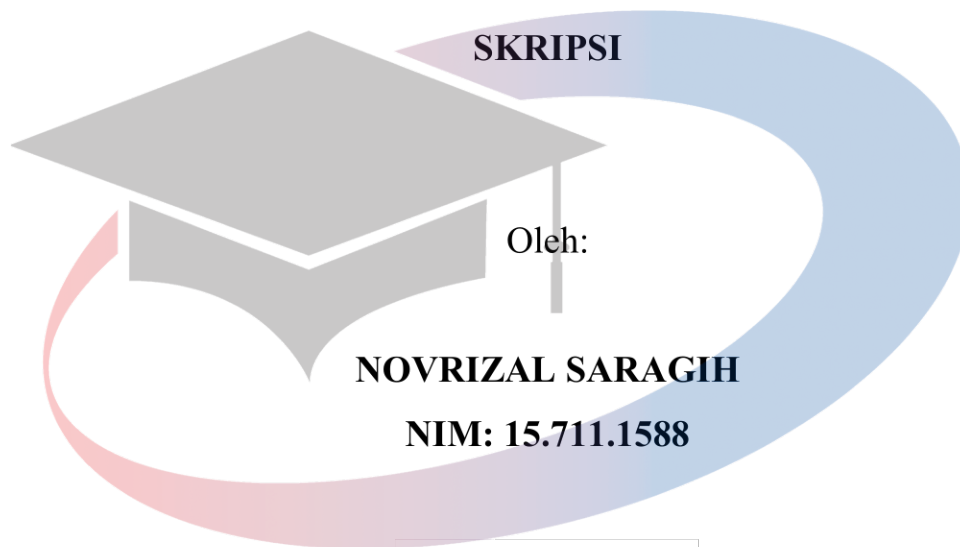
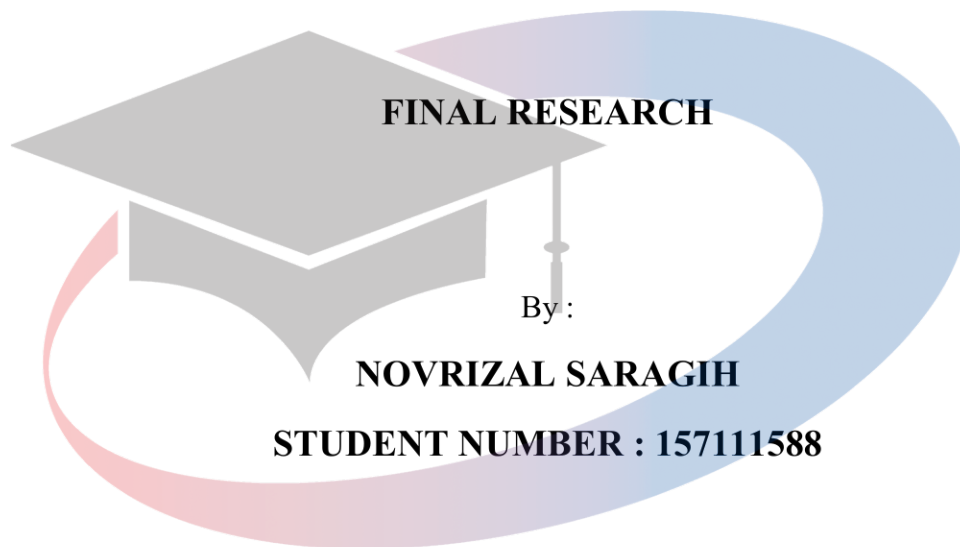


**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
KOPI BUBUK ATENG PT. SPECIALITY
SIMALUNGUN COFFEE (SSC)**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2019**

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, QUALITY OF
PRODUCT AND PROMOTION TOWARD
CUSTOMER SATISFACTION KOPI
BUBUK ATENG PT. SPECIALITY
SIMALUNGUN COFFEE (SSC)**



**STUDY PROGRAM MANAGEMENT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL**

MEDAN

2019

LEMBARAN PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
KOPI BUBUK ATENG PT. SPECIALITY
SIMALUNGUN COFFEE (SSC)

SKRIPSI

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

Oleh :

NOVRIZAL SARAGIH

NIM: 157111588

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si)

(Ir. Muhammad Yamin Siregar, M.M)

Medan, 30 Juli 2019

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen,

(Sugjanta Ovinas Ginting, SE., MM.)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Nama : Novrizal Saragih

Nim : 157111588

Peminat : Manajemen Bisnis

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap KepuasanPelanggan PT. Speciality Simalungun Coffee (SSC)

Tempat Penelitian : Pematang Purba, Kabupaten Simalungun.

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila dikemudian 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, mengolah dalam bentuk pangkalan data 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, 30 Juli 2019

Saya yang membuat pernyataan


Novrizal Saragih)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Speciality Simalungun Coffee (SSC). Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap 50 sampel yaitu keseluruhan populasi pelanggan PT. Speciality Simalungun Coffee (SSC). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, dan secara parsial Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Speciality Simalungun Coffee (SSC). Selanjutnya hasil Uji secara simultan (Uji F) yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen (Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi) berpengaruh terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan). *Adjusted R²* menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi dapat menjelaskan variasi terhadap variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 36,1% dan sisanya sebesar 63,9% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kepuasan Pelanggan*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to study and analyze Brand Image, Product Quality, and Promotion of Customer Satisfaction PT. Simalungun Coffee (SSC) Specialization, This study uses probability sampling techniques conducted by distributing questionnaires to 50 samples, namely all customer participants of PT. Special Simalungun Coffee (SSC). The data analysis method used in this study is multiple linear multiples. Partial testing (t test) shows that Brand Image variables do not affect Customer Satisfaction, and partially Product Quality and Promotion affect Customer Satisfaction PT. Special Simalungun Coffee (SSC). Furthermore, the simultaneous test results (Test F) which shows the independent variables (Brand Image, Product Quality, and Promotion) affect the dependent variable (Customer Satisfaction). Adjusted R² shows the variable Brand Image, Product Quality, and Promotion can explain variations to the variable Customer Satisfaction of 36.1% and the remaining 63.9%.

Keywords: *Brand Image, Quality of Product, Promotion, Customer Statification*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan lindungan-Nya saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Bubuk Ateng PT. Speiality Simalungun Coffee (SSC). Disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

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

1. Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, saran, bimbingan dan memberikan arahan serta memotivasi penyusunan skripsi sehingga peneliti menyelesaikan Program Studi Sarjana (S1).
2. Bapak Ir. Muhammad Yamin Siregar, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, saran bimbingan dan memberikan arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi sehingga peneliti menyelesaikan Program Sarjana (S1).
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom, M.M., selaku Ketua I STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua I STMIK-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. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
8. Ibu Maggee Senata, S.E. M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
9. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si. selaku Dosen wali Program Studi Manajemen Bisnis A Pagi STIE Mikroskil Medan. Dosen STIE-Mikroskil dan

Staff yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan dan motivasi kepada penulis.

10. Orang tua penulis, Bapak Cosmas Suriyanto Saragih, dan Ibu Susetiawati Girsang yang selalu memberikan dukungan, bimbingan serta doa dan kakak saya, Veronica Saragih, S.pd dan Yuni Triwidiana Saragih, SST.Pa yang telah memberi perhatian dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini
11. Bapak Leo dan Ibu Lisa selaku Pimpinan PT. SSC yang sudah meluangkan waktu, pikiran, dukungannya, abanganda Joel Purba dan Paskah Purba selaku tangan kanan PT. SSC yang sudah meluangkan waktu, pikiran, dukungannya dan Seluruh pelanggan PT. SSC yang telah memberikan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis berikan terima kasih atas kerjasamanya.
12. Sahabat terbaik saya, Hotdi Argo Siallagan (Alm), Rizsky Pratama Tarigan, Koaza, Josua Manik, Dion, Naca Perangin-angin, Lasma Simanjuntak, Yulica Shintia beh, Winner, Poppy, Cristin, Jose, Olive, Indri dan Cherneus yang telah memberikan motivasi, dukungan serta dalam bertukar pikiran dan berjuang bersama dalam menyelesaikan Skripsi.
13. Teman terkasih Lydia Kristina Br.Kudadiri yang telah memberikan semangat, doa dan mengingatkan terus menerus dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman seperjuangan saya, Dena, Destri, Deju, Jekson, Antony, Willy, Ferdy, Amran Sinaga serta teman seangkatan yang selalu memberi penulis masukan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
15. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari 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, 30 juli 2019

Penulis,

(Novrizal Saragih)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Originalitas	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	9
2.1.3 Citra Merek	12
2.1.4 Kualitas Produk.....	16
2.1.5 Promosi	21
2.2 Review Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Pengembangan Hipotesis	33
2.4.1 Pengaruh Citra Merek Dengan Kepuasan Pelanggan	33
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan.....	34
2.4.3 Pengaruh Promosi Dengan Kepuasan Pelanggan	35
2.4.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi dengan Kepuasan Pelanggan	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Objek Penelitian.....	37
3.3 Populasi dan Sampel	37

3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.4.1 Data Primer.....	38
3.4.2 Studi Kepustakaan.....	39
3.5 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel.....	40
3.6 Metode Analisis Data.....	42
3.6.1 Metode Analisis Deskriptif.....	42
3.6.2 Uji Kualitas Data.....	42
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.6.5 Uji Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Hasil Penelitian.....	48
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.2 Pengiriman dan Pemngembalian Kuesioner.....	52
4.1.3 Gambaran Umum Responden (Demografi).....	53
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif.....	54
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data.....	58
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis.....	67
4.2 Pembahasan.....	70
4.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	70
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
4.2.3 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
4.2.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	33
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. Speciality Simalungun Coffee.....	50
Gambar 4. 2 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	63
Gambar 4. 3 Normal P-P Plot Uji Normalitas.....	64
Gambar 4. 4 Hasil Scatterplot Uji Heterokedasitas	65



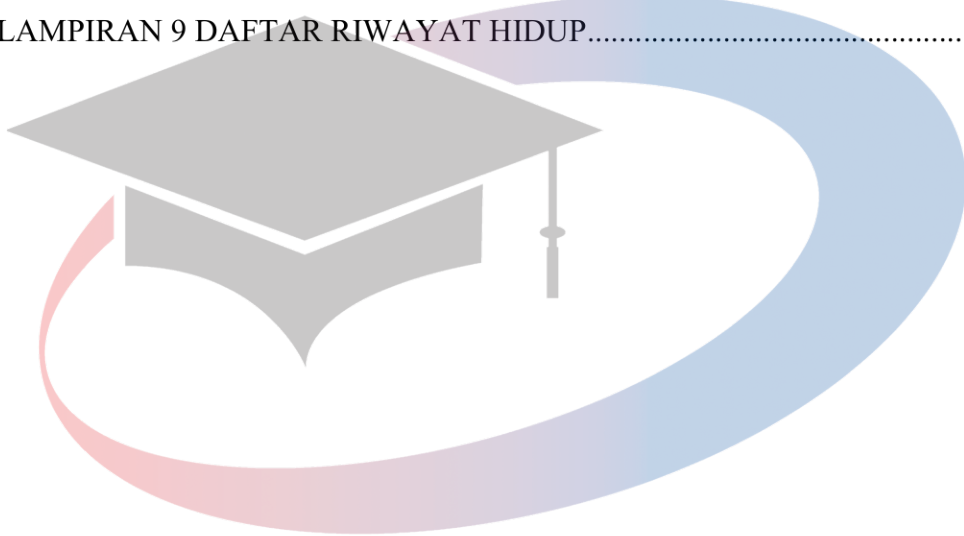
UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jenis- jenis Promosi	25
Tabel 2. 2 Review Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert.....	39
Tabel 3. 2 Defenisi Operasional Variabel	41
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Cafe/Warkop Berdiri	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Produk di Gunakan	54
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Citra Merek.....	55
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Kualitas Produk	56
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Promosi.....	57
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Kepuasan Pelanggan	57
Tabel 4. 8 Hasil Validitas Citra Merek	58
Tabel 4. 9 Hasil Validitas Kualitas Produk.....	59
Tabel 4. 10 Hasil Validitas Promosi	59
Tabel 4. 11 Hasil Validitas Kepuasan Pelanggan	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek.....	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji ReliabilitasKualitas Produk.....	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	61
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4. 17 Normal P-P Plot Uji Normalitas	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji Glejser.....	66
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	68
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji-F).....	69
Tabel 4. 22 Hasil Pengujian Determinasi (R^2).....	69

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	79
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN	85
LAMPIRAN 3 DISTRIBUSI HASIL STATISTIK DESKRIPTIF	93
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	95
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK	98
LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	101
LAMPIRAN 7 HASIL UJI HIPOTESIS	102
LAMPIRAN 8 TABEL DISTRIBUSI	103
LAMPIRAN 9 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	112



UNIVERSITAS MIKROSKIL