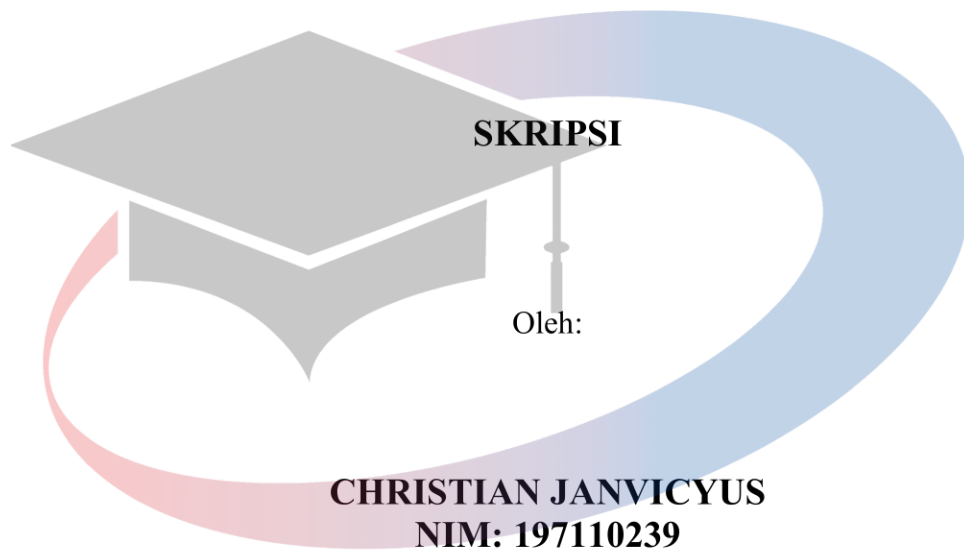


**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK
CHATIME THAMRIN PLAZA MEDAN (STUDI
KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM
STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS
MIKROSKIL)**

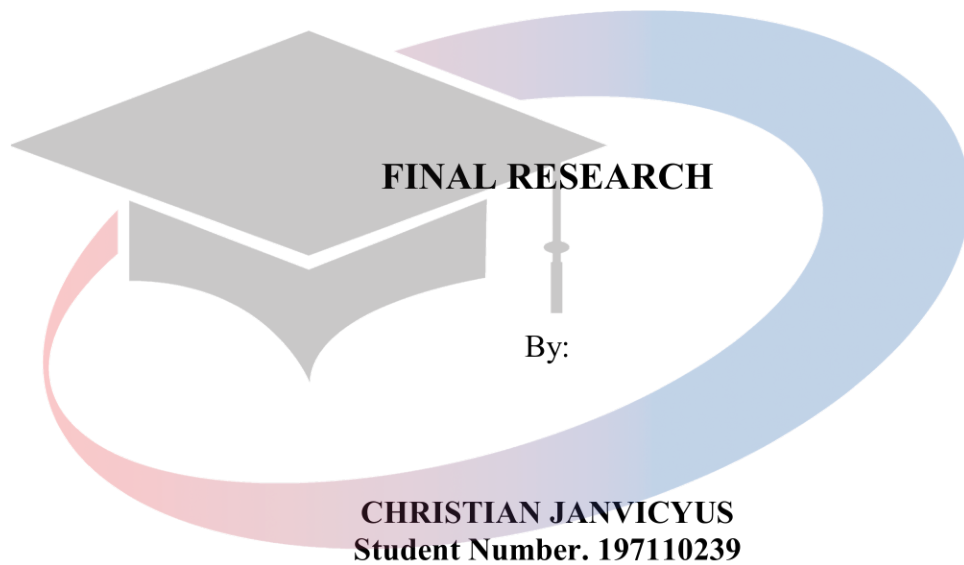


UNIVERSITAS
MIKROSKIL



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2023**

**INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PROMOTION, AND PRICE
ON PRODUCT CONSUMER SATISFACTION CHATIME
THAMRIN PLAZA MEDAN (STUDY CASE IN
PROGRAM STUDENTS UNIVERSITY
MANAGEMENT STUDY
MIKROSKIL)**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF BUSINESS
MIKROSKIL UNIVERSITY
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK
CHATIME THAMRIN PLAZA MEDAN (STUDI
KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM
STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS
MIKROSKIL)**

SKRIPSI

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

Oleh :

**CHRISTIAN JANVICYUS
NIM. 19.711.0239**

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I,


Naufal Efendi, S.E., M.Si.

Medan, 08 Agustus 2023 Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen,



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**
Naufal Efendi, S.E., M.Si

LEMBAR PERNYATAAN

Saya membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Christian Janvicyus

NIM : 19.711.0239

Peminatan : Manajemen

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Chatime Thamrin Plaza Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil)

Tempat Penelitian : Chatime Thamrin Plaza Medan

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 Fakultas Bisnis Universitas 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 universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non -eksklusif (*Non-exclusive Royalti Fee Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, Universitas 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 dimasa 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, 02 Juli 2023

Saya yang membuat pernyataan



Christian Janvicyus

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Chatime Thamrin Plaza Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil), baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Lemeshow dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Metode analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian Hipotesis pertama secara simultan dan parsial, Citra Merek, Promosi, Dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Chatime Thamrin Plaza Medan. Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi adalah sebesar 0,666. Hal ini berarti besarnya pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Chatime adalah sebesar 66,6% dan sisanya 33,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kualitas produk, kualitas layanan, keragaman produk dan variabel lainnya.

Kata Kunci: Citra Merek, Promosi, Harga, Kepuasan Konsumen

UNIVERSITAS MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image, promotion, and price on customer satisfaction for Chatime Thamrin Plaza Medan products (Case Study of Management Study Program Students at Mikroskil University), both simultaneously and partially. The type of research used in this research is descriptive with a quantitative approach. The population in this study is unknown. The sampling technique used the Lemeshow method with a total sample of 96 respondents. Multiple linear regression analysis method. Based on the research results of the first hypothesis simultaneously and partially, brand image, promotion, and price have a significant effect on customer satisfaction for Chatime Thamrin Plaza Medan products. The value of R Square (R^2) or the coefficient of determination is 0.666. This means that the influence of Brand Image, Promotion and Price on Chatime's Consumer Satisfaction is 66.6% and the remaining 33.4% is influenced by other factors that come from outside this research model such as product quality, service quality, product diversity, and other variables.

Keywords: Brand Image, Promotion, Price, Consumer Satisfaction



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Chatime Thamrin Plaza Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil)”. Penulisan ini dilakukan untuk melengkapi persyaratan guna untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak kendala yang dihadapi penulis. Namun berkat motivasi, bimbingan dan bantuan dari segala pihak, maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

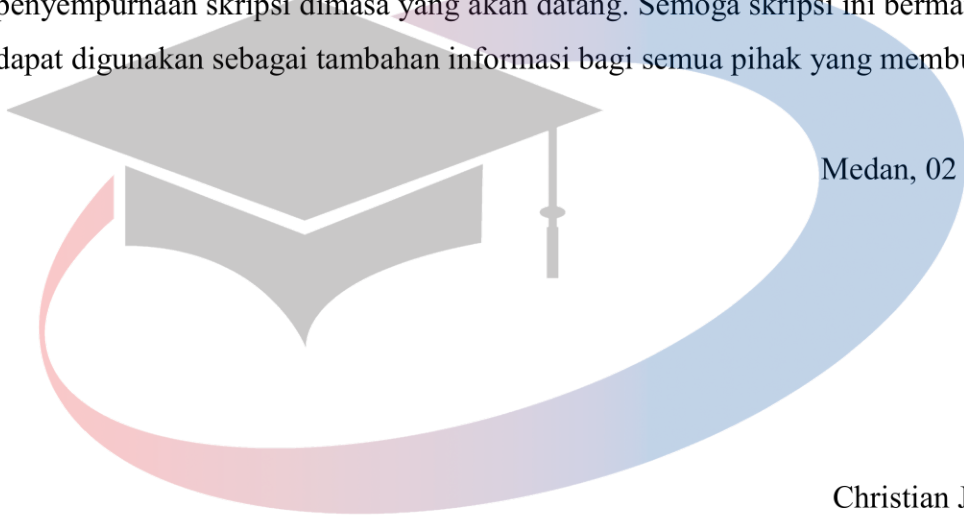
1. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si. selaku dosen Pendamping Pembimbing yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Hardy S.Kom., M.Sc., PhD selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan
4. Ibu Agustina S.Kom., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M. selaku Dosen Wali yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis.
8. Ayah Faktor, Ibu Yuslina Dohude, kakak Cindy Utami dan Christopher Novicyus, yang telah memberikan dukungan baik secara fisik, mental dan doa terbaik selama melakukan penelitian.
9. Sahabat suka dan duka peneliti selaku teman seperjuangan yang telah menghibur dan memberikan semangat kepada peneliti.

10. Teman-teman jurusan manajemen bisnis angkatan 2019 yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis.

11. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, serta pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna.

Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan untuk penyempurnaan skripsi dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.



Medan, 02 Juli 2023

Penulis,

Christian Janvicyus

UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Originalitas Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Citra Merek	12
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	12
2.1.3.2 Unsur Citra Merek	13
2.1.3.3 Manfaat Citra Merek.....	14
2.1.3.4 Faktor Mempengaruhi Citra Merek	15
2.1.3.5 Indikator Citra Merek	16
2.1.4 Promosi	17
2.1.4.1 Pengertian Promosi	17
2.1.4.2 Cara Membangun Promosi	18
2.1.4.3 Hal Penting Dalam Promosi	20
2.1.4.4 Indikator Promosi	20
2.1.5 Harga.....	21

2.1.5.1	Pengertian Harga.....	21
2.1.5.2	Faktor Mempengaruhi Penetapan Harga	22
2.1.5.3	Manfaat Penetapan Harga	23
2.1.5.4	Tujuan Penetapan Harga	24
2.1.5.5	Metode Penetapan Harga	26
2.1.5.6	Indikator Harga	26
2.1.6	Kepuasan Konsumen.....	27
2.1.6.1	Pengertian Kepuasan Konsumen	27
2.1.6.2	Manfaat Peningkatan Kepuasan Konsumen	28
2.1.6.3	Komponen Kepuasan Konsumen.....	28
2.1.6.4	Indikator Kepuasan Konsumen.....	29
2.2	Penelitian Terdahulu	30
2.3	Kerangka Konseptual.....	33
2.4	Pengembangan Hipotesis	35
2.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	35
2.4.2	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	36
2.4.3	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	36
2.4.4	Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	37
BAB III	METODE PENELITIAN	38
3.1	Jenis Penelitian.....	38
3.2	Objek Penelitian.....	38
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	38
3.3.1	Studi Lapangan	38
3.3.2	Studi Kepustakaan	40
3.4	Populasi dan Sampel.....	40
3.4.1	Populasi Penelitian.....	40
3.4.2	Sampel Penelitian	40
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.6	Metode Analisis Data.....	43
3.6.1	Statistik Deskriptif	43
3.6.2	Pengujian Kualitas Data.....	43

	3.6.2.1 Uji Validitas	43
	3.6.2.2 Uji Reliabilitas	43
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik.....	43
	3.6.3.1 Uji Multikolinieritas	44
	3.6.3.2 Uji Normalitas.....	44
	3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	45
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.6.5	Pengujian Hipotesis	46
	3.6.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	46
	3.6.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) ...	46
	3.6.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Hasil Penelitian	48
4.1.1	Sejarah Singkat Chatime.....	48
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	49
4.1.3	Gambaran Umum Responden	49
	4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
	4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	50
	4.1.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	50
4.1.4	Statistik Deskriptif	51
	4.1.4.1 Variabel Citra Merek (X_1)	51
	4.1.4.2 Variabel Promosi (X_1)	52
	4.1.4.3 Variabel Harga (X_1).....	52
	4.1.4.4 Variabel Kepuasan Konsumen (X_1).....	53
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data	54
	4.1.5.1 Uji Validitas	54
	4.1.5.2 Uji Reliabilitas	56
4.1.6	Uji Asumsi Klasik.....	56
	4.1.6.1 Uji Normalitas.....	56

4.1.6.2 Uji Multikolinearitas.....	58
4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas	59
4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis	61
4.1.8.1 Uji Parsial	61
4.1.8.2 Uji Simultan.....	62
4.1.8.3 Uji Koefisien Determinasi	62
4.2 Pembahasan.....	63
4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	63
4.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	64
4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	65
4.2.4 Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	67
5.2.2 Bagi Konsumen.....	68
5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1	Skala Pengukuran <i>Likert</i>	40
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	50
Tabel 4.4	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	50
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	51
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi.....	52
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	52
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan.....	53
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Instrumen Pernyataan Citra Merek	54
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Instrumen Pernyataan Promosi	54
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Instrumen Pernyataan Harga.....	55
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Instrumen Pernyataan Kepuasan Konsumen	55
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Pernyataan Variabel X dan Y	56
Tabel 4.14	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	58
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4.17	Hasil Uji Parsial	61
Tabel 4.18	Hasil Uji Simultan	62
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Kepuasan Konsumen	2
Gambar 1.1	Grafik Citra Merek	3
Gambar 1.1	Grafik Promosi	4
Gambar 1.1	Grafik Harga.....	5
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	35
Gambar 4.1	Grafik Histogram.....	57
Gambar 4.2	Grafik Normal Probability Plot of Regression.....	57
Gambar 4.3	Grafik Scatterplot	59



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	73
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas	79
Lampiran 3	Hasil Analisis Data Validitas Citra Merek (X_1)	83
Lampiran 4	Hasil Analisis Data Reliabilitas Citra Merek (X_1).....	83
Lampiran 5	Hasil Analisis Data Validitas Promosi (X_2)	84
Lampiran 6	Hasil Analisis Data Reliabilitas Promosi (X_2).....	84
Lampiran 7	Hasil Analisis Data Validitas Harga (X_3).....	85
Lampiran 8	Hasil Analisis Data Reliabilitas Harga (X_3)	85
Lampiran 9	Hasil Analisis Data Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	86
Lampiran 10	Hasil Analisis Data Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)	86
Lampiran 11	Tabulasi Angket Responden.....	87
Lampiran 12	Hasil Output Penelitian.....	99

UNIVERSITAS
MIKROSKIL