

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEBIJAKAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DENGAN MEDIASI CITRA MEREK PADA
PENGGUNA APPLE**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



**Disusun oleh :
Jacinda Harits Eustacia
20022000057**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Jacinda Harits Eustacia

Nomor Pokok : 20022000057

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

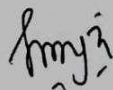
Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kebijakan Harga terhadap
Kepuasan Pelanggan dengan Mediasi Citra Merek pada
Pengguna Apple

Malang, 18 Februari 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen



Irany Windhyastiti, SE., MM

Dosen Pembimbing



Dr. H. Pudjo Sugito, MBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(PROF.) Dr. H. FAJAR SUPANTO, M.SI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEBIJAKAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MEDIASI CITRA MEREK PADA
PENGGUNA APPLE**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

JACINDA HARITS EUSTACIA

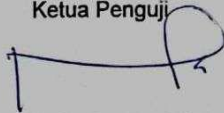
20022000057

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 19 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



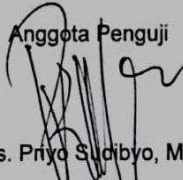
(Dr. H. Pudjo Sugito, MBA)

Sekretaris Penguji



Dr. Harianto Respati, SE., MM

Anggota Penguji



Drs. Priyo Sudibyo, M.S

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis

Malang, 19 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Universitas Merdeka Malang

(PROF. DR. H. FAJAR SUPANTO, M.SI)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Jacinda Harits Eustacia

NIM : 20022000057

Program Studi : Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Kebijakan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Mediasi Citra Merek Pada Pengguna Apple

Lokasi Yang Diteliti : Apple.Inc

Alamat Rumah Asli : Jl. Raya Abadi No.08 Lingk.Karanganom, Kec.Nglegok, Kab.Blitar

No. Telp/Hp : 085947714901

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 1 Februari 2024

Peneliti,

Jacinda Harits Eustacia



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Jacinda Harits Eustacia

Nomor Pokok : 20022000057

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat dan Tanggal Lahir : Blitar, 31 Agustus 2001

Alamat : Jl. Raya Abadi No.08 Lingk.Karanganom, Kec.
Nglegok, Kab.Blitar

Nama Orang Tua (Ayah) : Joko Trisnanto

(Ibu) : Ilma Nafi'ah

Riwayat Pendidikan :

2008-2014 : SDN Nglegok 01

2014-2017 : SMPN 02 Nglegok

2017-2020 : SMAK Diponegoro Blitar

2020-2024 : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kebijakan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Mediasi Citra Merek pada Pengguna Apple”**.

Skripsi ini dituliskan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini bisa terwujud berkat bantuan bimbingan, arahan dan doa serta dukungan dari berbagai pihak. Dan tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu Irany Windhyastiti, SE., MM. selaku Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen, Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak Dr. H. Pudjo Sugito, MBA yang telah membimbing dan membantu saya untuk menyusun skripsi ini.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang yang telah memberikan ilmu, pengetahuan selama proses pembelajaran yang dapat menambah wawasan penulis.

5. Seluruh Bapak/Ibu staff dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang.
6. Kedua orang tua dan adik-adik saya yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan yang telah Bapak/Ibu dan Teman-teman berikan kepada penulis dengan kebaikan yang berlipat ganda. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Malang, Februari 2024

Jacinda Harits Eustacia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian	8
1. Manfaat Teori.....	8
2. Manfaat Praktis	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Tinjauan Pustaka	9
1. Landasan Teori	9
2. Hasil Penelitian Terdahulu	23
B. Pengembangan hipotesis	26
1. Kerangka Pikir.....	26
2. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Definisi Operasional Variabel	31
B. Lingkup Penelitian.....	32
C. Lokasi Penelitian	33

D.	Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	33
1.	Populasi.....	33
2.	Sampel	33
E.	Sumber Data dan Jenis Data	35
1.	Jenis Data.....	35
2.	Sumber Data.....	35
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	35
G.	Teknik Analisis Data.....	36
1.	Analisa Outer Model (Model Pengukuran).....	37
2.	Analisa Inner Model (Model Struktural)	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	41
A.	Hasil Penelitian	41
B.	Pembahasan Hasil Penelitian	56
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
A.	Kesimpulan	66
B.	Saran	67
C.	Keterbatasan Penelitian	68
DAFTAR PUSTAKA.....		70
LAMPIRAN.....		72

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	45
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	46
Tabel 7 Pernyataan Variabel Kualitas Produk.....	46
Tabel 8 Pernyataan Variabel Kebijakan Harga.....	50
Tabel 9 Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan.....	51
Tabel 10 Pernyataan Variabel Citra Merek	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Penjualan Apple periode tahun 2020-2022	6
Gambar 2 Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 3 Diagram Jalur Model Struktural.....	55
Gambar 4 Hasil Perhitungan Convergent Validity	56
Gambar 5 Hasil Perhitungan Discriminant Validity	57
Gambar 6 Hasil Perhitungan Average Variance Extracted (AVE).....	57
Gambar 7 Hasil Perhitungan Composite Reliability	58
Gambar 8 Hasil Perhitungan Cronbach Alpha.....	59
Gambar 9 Diagram Jalur Model Struktural.....	59
Gambar 10 Hasil Perhitungan R-Square	60
Gambar 11 Hasil Perhitungan Uji Hipotesis Langsung	61
Gambar 12 Hasil Perhitungan Uji Hipotesis Tidak Langsung.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Kuesioner	71
Lampiran. 2 Tabulasi Data	75
Lampiran. 3 Hasil Perhitungan SMART PLS	77
Lampiran. 4 Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	81
Lampiran. 5 Berita Acara Perbaikan Skripsi	82
Lampiran. 6 Hasil Cek Plagiasi	83

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena banyaknya perusahaan-perusahaan produk elektronik. Semenjak berkembangnya teknologi di zaman globalisasi saat ini menjadikan perusahaan teknologi untuk bersaing membuat produk yang memiliki kualitas tinggi dan semakin canggih. Perkembangan teknologi tidak hanya ditekankan pada fungsi teknologi sendiri, melainkan seberapa efisien teknologi itu dapat menunjang keberlangsungan hidup dan berkembangnya manusia. Diantara teknologi yang ada, manusia di era global lebih banyak membutuhkan teknologi komunikasi digital dan sudah menjadikan teknologi sebagai kebutuhan yang mendasar bagi setiap individu. Kebutuhan dari teknologi komunikasi sendiri selalu mengalami peningkatan yang signifikan. Beragam merek teknologi komunikasi digital yang ada di Indonesia. Apple merupakan perusahaan teknologi digital yang memiliki kuasa terhadap pangsa pasar di Indonesia maupun Dunia.

Penelitian ini memanfaatkan metode penelitian kuantitatif. Sumber data yang ada didalam penelitian ini merupakan sumber data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan metode survei, dengan mengumpulkan data yang berbentuk kuesioner. Untuk mengetahui koneksi dan dampak antar variabel penelitian ini memakai uji data dari Structural Equation Modeling (SEM) dan memakai program Partial Least Square (PLS).

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) Variabel Kualitas Produk berpengaruh langsung terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan, (2) Variabel Kualitas Produk berpengaruh langsung terhadap Variabel Citra Merek, (3) Variabel Kebijakan Harga berpengaruh langsung terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan, (4) Variabel Kebijakan Harga tidak memiliki pengaruh terhadap Variabel Citra Merek, (5) Variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh langsung terhadap Variabel Citra Merek.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kebijakan Harga, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek pada pengguna Apple.

ABSTRACT

This research is motivated by the phenomenon of many electronic product companies. Since the development of technology in the current era of globalization, technology companies have competed to make products that are high quality and increasingly sophisticated. Technological developments not only emphasize the function of the technology itself, but also how efficiently the technology can support human survival and development. Among existing technologies, humans in the global era increasingly need digital communication technology and have made technology a basic need for every individual. The need for communication technology itself is always increasing significantly. Various brands of digital communication technology exist in Indonesia. Apple is a digital technology company that has power over market share in Indonesia and the world.

This research uses quantitative research methods. The data sources in this research are primary data sources. The data collection technique used in this research is a survey method, by collecting data in the form of a questionnaire. To determine the connection and impact between variables, this research uses test data from Structural Equation Modeling (SEM) and uses the Partial Least Square (PLS) program.

The results of this research conclude that (1) Product Quality Variables have a direct effect on Customer Satisfaction Variables, (2) Product Quality Variables have a direct effect on Brand Image Variables, (3) Price Policy Variables have a direct effect on Customer Satisfaction Variables, (4) Policy Variables Price has no influence on the Brand Image Variable, (5) The Customer Satisfaction Variable has a direct influence on the Brand Image Variable.

Keywords: Product Quality, Price Policy, Customer Satisfaction, Brand Image among Apple users.