

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
CRITASENA CAFE PADA MAHASISWA DI KOTA
MALANG**

SKRIPSI

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



**Disusun Oleh:
ALFUNGKI HERMAWAN
20022000184**

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Alfungki Hermawan
Nomor Pokok : 20022000184
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Harga dan Lokasi Terhadap
Kepuasan Pelanggan Di Critasena Café Pada
Mahasiswa Di Kota Malang.

Malang, 15 Februari 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi Manajemen



(Irany Windhyastiti, SE., MM.)

Dosen Pembimbing



(Rofikul Amin SE., MM.)

Dekan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Prof. Dr. Fajar Supanto., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI CRITASENA CAFÉ PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Alfungki Hermawan

20022000184

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



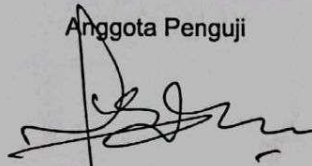
Rofikul Amin, SE., MM

Sekretaris Penguji



Dr. Tanto Gatot Sumarsono, M.S

Anggota Penguji



Dra. Diah Widiawati, MM

Skrripsi ini Telah Diterima sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 15 Februari 2024



Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang

Prof. Dr. Fajar Supanto., M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Alfungki Hermawan
NIM : 20022000184
Progam Studi : Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Critasena Cafe Pada Mahasiswa Di Kota Malang.
Lokasi/Tempat yang diteliti : Kota Malang
Alamat Rumah Asli : Jl. Trans Halmahera
No. Telp/HP : 0823 4898 4471

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas 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, 15 Februari 2024


Alfungki Hermawan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Alfungki Hermawan

Nomor Pokok : 20022000184

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Progam Studi : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Banyuwangi, 23 Maret 2001

Alamat : Jl. Trans Halmahera, Maluku Utara

Nama Orang Tua (ayah) : Miswanto

(ibu) : Siti Khotimah

Riwayat Pendidikan :

: SD Inpres Bumirestu

: SMPN 2 Wasile

: SMAN 2 Halmahera Timur

: S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan karunia Nya, sehingga penulis dapat mengerjakan penelitian ini dengan lancar disetiap tahapnya. Alhamdulillah peneliti dapat menyelesaikan tugas yang diberikan oleh kampus tercinta Universitas Merdeka Malang untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Judul penelitian yang penulis ajukan adalah “**Pengaruh *Brand Image*, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Critasena Cafe Pada Mahasiswa Di Kota Malang**”. Dalam proses penulisan penelitian ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan sehingga penulis mengharap segala masukan berupa kritik yang bisa membangun dan menjadikan penelitian ini lebih baik serta bermanfaat bagi penulis maupun pihak yang terlibat didalamnya.

Penulis juga tidak lupa menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Fajar Supanto, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu Irany Widiyastiti, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak Rofikul Amin, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran dan keikhlasan yang telah meluangkan banyak waktu guna memberikan bimbingan, petunjuk, koreksi, dan dorongan semangat yang sangat berharga.
4. Bapak dan Ibu Dosen jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama perkuliahan bagi peneliti.

5. Kepada seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi dan data yang dibutuhkan peneliti.
6. Kepada kedua orang tua tercinta yang sudah memberi nasehat dan doa , , kepada adik saya yang selalu memberi semangat walaupun kita beda pulau.
7. Kepada bestieku Nando, Yoga, Elma, Risky, Nona serta teman-teman seangkatan 2020 Universitas Merdeka Malang yang Bersama-sama menempuh perkuliahan, dan kepada tante mardit yang selalu memberi support dan motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini.

Semoga Tuhan membalas segala kebaikan Bapak/Ibu/saudara/I yang telah memberikan dukungan, motivasi, ilmu, dan doanya. Disamping itu penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini baik dari penjelasan maupun dalam penulisan kata maupun Bahasa. Untuk itu penulis mengharap kesediaan pembaca memberikan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk menambah kesempurnaan dalam penelitian selanjutnya dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Malang, 15 Februari 2024
Penulis:

Alfungki Hermawan

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	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Brand Image	6
2. Harga.....	9
3. Lokasi	10
4. Kepuasan Pelanggan.....	12
5. Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
B. Pengembangan Hipotesis.....	20
1. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Definisi Operasional Variabel	22
B. Lingkup penelitian.....	23
C. Lokasi penelitian.....	24
D. Populasi dan teknik penarikan sampel	24
E. Jenis dan Sumber Data	25

F. Teknik Pengumpulan Data.....	25
G. Teknik analisis data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Hasil Penelitian	33
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62
C. Keterbatasan Penelitian	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Penelitian terdahulu	17
Tabel 2. Daftar Menu dan Harga di Critasena Cafe	34
Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4. Deskripsi Berdasarkan Asal Mahasiswa	38
Tabel 5. Distribusi Frekuensi variabel Brand Image.....	39
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Variabel Harga.....	40
Tabel 7. Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi	42
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	44
Tabel 9. Test Validitas Item Kuisisioner	46
Tabel 10. Nilai Koefisien Reliabilitas Variabel	47
Tabel 11. Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 13. Hasil Uji Heterokedastisitas	50
Tabel 14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	52
Tabel 15. Hasil Uji f (Simultan)	53
Tabel 16. Hasil Uji t (Parsial)	54
Tabel 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka konseptual.....	20
Gambar 2. Hasil Uji Scatterplot.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	67
Lampiran 2. Tabulasi Data	70
Lampiran 3. Hasil Output SPSS 25	78
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	88
Lampiran 5. Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	89
Lampiran 6. Hasil Cek Plagiasi.....	90

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Brand Image*, Harga, dan Lokasi terhadap kepuasan pelanggan Di Critasena Café Pada Mahasiswa Di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengolah data primer menggunakan skala likert atau melalui kuisisioner dengan populasi seluruh mahasiswa yang berada di kota Malang yang belum diketahui jumlah pastinya. Teknik penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah random sampling yang diberikan kepada mahasiswa kota Malang pengunjung Critasena Café. Maka jumlah sampel yang diambil adalah 84 responden sesuai dengan rumus yang digunakan. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuisisioner yang dibagikan secara langsung melalui *googleform*. Sedangkan pengolahan data hasil dari pengumpulan data koresponden adalah menggunakan SPSS 25. Dalam analisis ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji-t, uji-f, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterodekastisitas. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Image, Harga, dan Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan di Critasena Cafe pada mahasiswa di Kota Malang. Pada uji parsial menunjukkan bahwa Brand Image variabel (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan karena nilai signifikan sebesar $0,005 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $2,868 > 1,663$ t tabel. Harga variabel (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $4,566 > 1,663$ t tabel. Dan Lokasi Variabel (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $3,356 > 1,663$ t tabel. Kesimpulannya, Brand Image, Harga, dan Lokasi adalah variabel yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan yang diberikan Critasena Café kepada pelanggan, maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan kepada Critasena Café Malang.

Kata kunci : *Brand Image*, Harga, Lokasi, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine Brand Image, Price, and Location on customer satisfaction at Critasena Café for Students in Malang City. This study uses quantitative methods by processing primary data using a Likert scale or through a questionnaire with a population of all students in Malang city whose exact number is unknown. The sampling technique used in this study was random sampling given to students of Malang city visitors to Critasena Café. Then the number of samples taken was 84 respondents according to the formula used. The data collection technique in this research uses a questionnaire that is distributed directly via googleform. While data processing of the results of correspondent data collection is using SPSS 25. In this analysis using validity test, reliability test, t-test, f-test, classical assumption test, and classical assumption test. which includes normality test, multicollinearity test, and heterodecasticity test. The results showed that Brand Image, Price, and Location have a positive and significant influence on customer satisfaction at Critasena Cafe for students in Malang City. The partial test shows that the variable Brand Image (X1) has a positive and significant effect on Customer Satisfaction because the significant value is $0.005 < 0.05$ with a t value of $2.868 > 1.663$ t table. Variable price (X2) has a positive and significant effect on customer satisfaction with a significant value of $0.000 < 0.05$ with a t value of $4.566 > 1.663$ t table. And Variable Location (X3) has a positive and significant effect on customer satisfaction because the significant value is $0.001 < 0.05$ and the t value is $3.356 > 1.663$ t table. In conclusion, Brand Image, Price, and Location are significant variables in influencing customer satisfaction provided by Critasena Café to customers, so customer satisfaction with Critasena Café Malang will also increase.

Keywords: Brand Image, Price, Location, and Customer Satisfaction