

**PENGARUH CITRA MEREK, EKUITAS MEREK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK  
CHARLES & KEITH DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Manajemen



Oleh :

**Faried**

**NIM: 2012210082**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA**

**2016**

**PENGARUH CITRA MEREK, EKUITAS MEREK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK  
CHARLES & KEITH DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Manajemen



Oleh :

**Faried**

**NIM: 2012210082**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA**

**2016**

**PENGARUH CITRA MEREK, EKUITAS MEREK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK  
CHARLES & KEITH DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

**FARIED**

**2012210082**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing

Tanggal: 07 OKTOBER 2016



**(Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH.)**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, EKUITAS MEREK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK  
CHARLES & KEITH DI SURABAYA**

Disusun oleh:

**FARIED**

**2012210082**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 1 September 2016

Tim Penguji

**Ketua : Dra. Lindiawati, M.M.** .....

**Sekretaris : Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH.** .....

**Anggota : Drs.Ec. Harry Widyanoro, M.Si.** .....

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Faried  
Tempat, Tanggal Lahir : 22, Februari 1994  
N.I.M : 2012210082  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Strata 1  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul : Pengaruh Citra Merek, Ekuitas Merek, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Charles & Keith di Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh:**

Ketua program studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing

Tanggal : 14/10/2016

Tanggal : 07 OKTOBER 2016



**(Dr. Muazaroh S.E., M.T.)**



**(Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH.)**



## *Persembahan*

*Terima kasih ya allah karena pada akhirnya saya mampu menyelesaikan tugas saya sebagai mahasiswa begitu indah kebesaranmu, dan syukur atas segala petunjuk yang kau berikan.*

*Terima kasih untuk umik saya yang selama ini telah memberikan dukungan do'a dan materi dalam perjalanan kuliah hingga selesai.*

*Kepada alm. Aba saya yang sangat saya hormati, semoga engkau dapat tersenyum dan bangga atas apa yang aku raih sampai saat ini.*

*Terima kasih buat kakak – kakak dan adik – adik saya yang selalu mendukung dan mendoakan dalam penelitian ini*

*Terima kasih kepada bapak ronny yang banyak memberikan banyak ilmu dan waktu untuk membimbing sampai akhir dari penelitian ini .. sekali lagi saya terima kasih kepada bapak ronny selaku dosen pembimbing.*

*Terima kasih kepada seluruh teman – teman yang selalu mendukung dan berjuang bersama – sama untuk mendapatkan gelar sarjana manajemen. Dukunganmu selalu ada dihati. (salam satu nyali) ☺☺*

*Thanks for special one diah fitri yang selalu ada di hati, mensupport, setia dan sabar temenin aku dalam penelitian ini. Dia juga merupakan yang selalu mendoakan agar cepet lulus dan dapat gelar sarjana.*

*Terima kasih han han..*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas rahmat dan ridho Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kemampuan serta kemudahan sehingga penulis berhasil dalam menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Ekuitas Merek, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Charles & Keith Di Surabaya”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk penyelesaian Program Sarjana Jurusan Manajemen Kosentrasi Pemasaran STIE Perbanas Surabaya.

Pada kesempatan ini, penulis diperkenankan untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya pada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini,

1. Dr. Lutfi, SE, M.Fin. Selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Dr. Muazaroh. SE .MT. Selaku Ketua Jurusan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Dr. Drs. Emanuel Kristijadi, M.M. Selaku Dosen wali yang selalu membimbing saya dari awal sampai akhir.
4. Dr. Ronny, S.Kom, M.kom, MH. Selaku Dosen pembimbing yang selalu memberikan pengarahan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

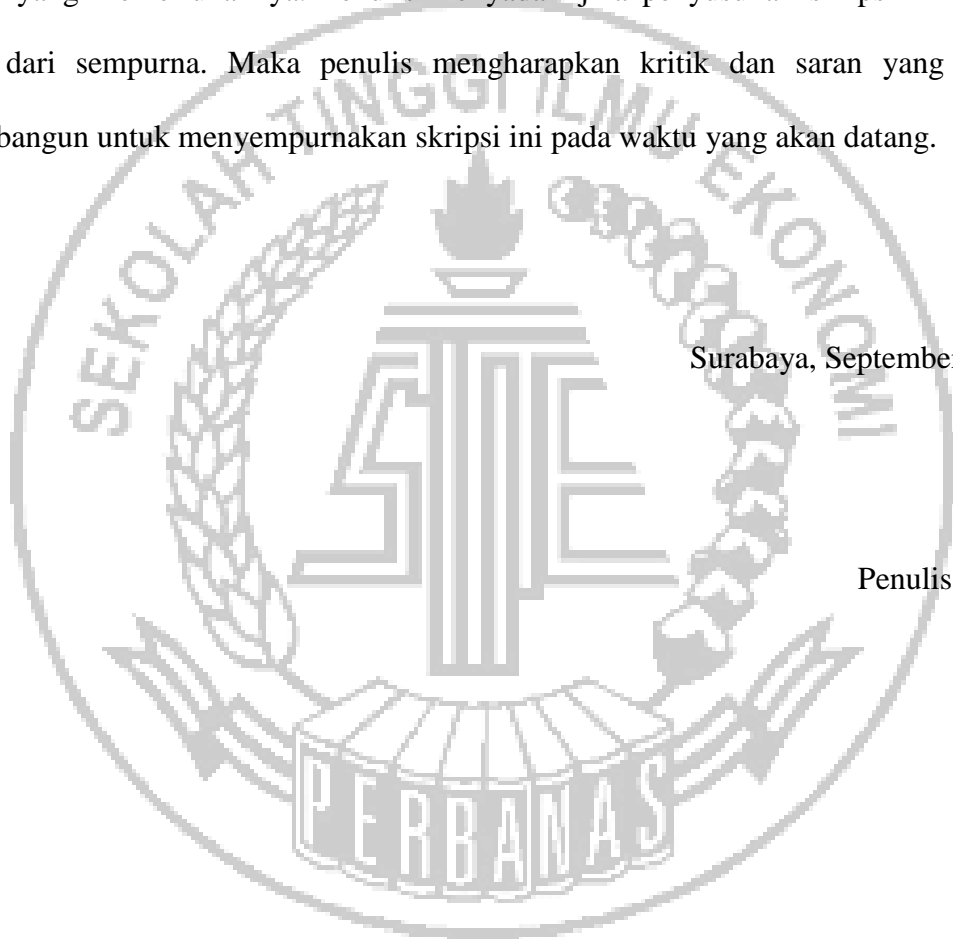


5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang selalu sabar dan ikhlas memberikan ilmu kepada penulis selama proses pembelajaran.

Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang memerlukannya. Penulis menyadari jika penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini pada waktu yang akan datang.

Surabaya, September 2016

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN COVER</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI</b> .....	ii
<b>HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1 Citra Merek .....	11
2.2.2 Ekuitas Merek .....	14
2.2.3 Harga .....	15
2.2.4 Kepuasan Konsumen .....	17
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	19
2.4 Kerangka Pemikiran .....	20
2.5 Hipotesis Penelitian .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	22
3.1 Rancangan Penelitian .....	22
3.2 Batasan Penelitian .....	23
3.3 Identifikasi Variabel .....	23
3.4 Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel .....	24
3.4.1 Definisi Operasional .....	24
3.4.2 Pengukuran Variabel .....	27

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	29
3.6 Instrumen Penelitian .....	30
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	31
3.8 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian .....	32
3.8.1 Uji Validitas .....	32
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	33
3.9 Teknik Analisis Data .....	33
3.9.1 Uji Asumsi Klasik .....	34
3.9.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	36
3.9.3 Uji Hipotesis.....	37
3.9.4 Uji Persamaan Regresi.....	38
<b>BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN</b>	
<b>ANALISIS DATA .....</b>	<b>40</b>
4.1 Gambaran Subyek Penelitian .....	40
4.2 Analisis Data .....	43
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	44
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	51
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	57
4.2.5 Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	58
4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis .....	59
4.3 Pembahasan Penelitian .....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Keterbatasan .....	66
5.2 Saran .....	67
<b>DAFTAR RUJUKAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 2.1</b> Peneitian Terdahulu	10
<b>Tabel 3.2</b> Interval Kelas	28
<b>Tabel 3.3</b> Kisi-Kisi Kuesioner	31
<b>Tabel 4.1</b> Tabel Interval Kelas	44
<b>Tabel 4.2</b> Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	45
<b>Tabel 4.3</b> Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ekuitas Merek	46
<b>Tabel 4.4</b> Tamggapan Responden Terhadap Variabel Harga	47
<b>Tabel 4.5</b> Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	48
<b>Tabel 4.6</b> Validitas Masing – Masing Item Variabel Bebas	49
<b>Tabel 4.7</b> Validitas Item Variabel Terikat	50
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Uji Reliabilitas	51
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Statistik Non-Parametrik Kolmogorov-Smirnov	53
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Multikolinieritas	54
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Autokolerasi	56
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	57
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji F	59
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji t	60
<b>Tabel 4.17</b> Rangkuman Hasil Penelitian	64

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran Jurnal 1	7
<b>Gambar 2.2</b> Kerangka Pemikiran Jurnal 2	9
<b>Gambar 2.3</b> Kerangka Pemikiran	20
<b>Gambar 4.1</b> Identitas Responden Berdasarkan Usia	41
<b>Gambar 4.2</b> Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
<b>Gambar 4.3</b> Identitas Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Produk	43
<b>Gambar 4.4</b> Hasil Analisis Uji Normalitas	52
<b>Gambar 4.5</b> Kurva Durbin Watson	56



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Instrumen (Kuesioner) Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Analisis Stastistik Deskriptif
- Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reabilitas
- Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 : Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 7 : Uji Hipotesis
- Lampiran 8 : Rangkuman Hasil Penelitian



**EFFECT OF BRAND IMAGE, BRAND EQUITY, AND PRICE ON  
CUSTOMER SATISFACTION IN PRODUCT CHARLES & KEITH IN  
SURABAYA**

**FARIED**

**2012210082**

**ABSTRACT**

Charles & Keith is a manufacture women bag of entry of foreign in Indonesia including those known by the people of Surabaya. In the field of fashion more attached to women who prefer shopping and follow style. Consumer satisfaction that can provide benefits to the company Charles & Keith and consumers feel the joy or disappointment that will appear on someone after comparing with what is acceptable and what would be expected. Based on the description above, the purpose of this study was to determine the effect simultaneously is the influence of brand image, brand equity, and price to customer satisfaction, as well as to determine the partial is the influence of brand image, brand equity, and the prices on consumer satisfaction on products Charles & Keith in Surabaya. The population in this study is based on the wearer Charles & Keith from age 21 years to 40 years. In the data collection was conducted distributing questionnaires to respondents included in this research criteria. To answer the problem formulation, purpose, and the research hypothesis. The analysis used is multiple linear analysis and the data processed with SPSS windows 2.0. The results of this study indicate that results partial assay from the brand image has a significant influence on customer satisfaction, brand equity does not have a significant influence on consumer satisfaction, prices have no significant influence on customer satisfaction, and results simultaneously from the brand image, brand equity, and the price has a significant influence on consumer satisfaction.

**Keywords : Brand Image, Brand Equity, Price, Consumer Satisfaction.**

**PENGARUH CITRA MEREK, EKUITAS MEREK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK CHARLES &  
KEITH DI SURABAYA**

**FARIED**

**2012210082**

**ABSTRAK**

Charles & Keith adalah perusahaan tas perempuan dari luar negeri masuk di Indonesia termasuk yang dikenal oleh masyarakat Surabaya. Dalam bidang fashion lebih melekat pada kaum perempuan yang lebih suka belanja dan mengikuti gaya. Kepuasan konsumen menyatakan bahwa dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan Charles & Keith dan konsumen merasakan kesenangan atau kekecewaan yang akan muncul pada seseorang setelah membandingkan dengan apa yang diterima dan yang akan diharapkan. Berdasarkan uraian diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan yaitu pengaruh citra merek, ekuitas merek, dan harga terhadap kepuasan konsumen, serta untuk mengetahui secara parsial yaitu pengaruh citra merek, ekuitas merek, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada produk Charles & Keith di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini berdasarkan pemakai Charles & Keith dari usia 21 tahun sampai dengan 40 tahun. Dalam pengumpulan data dilakukan menyebarkan kuesioner kepada responden yang termasuk kriteria dalam penelitian ini. Untuk menjawab perumusan masalah, tujuan, dan hipotesis penelitian. Analisis yang digunakan yaitu analisis linear berganda dan data diolah dengan SPSS windows 2.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji parsial dari citra merek memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, ekuitas merek tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan hasil uji simultan dari citra merek, ekuitas merek, dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

**Kata Kunci : Citra Merek, Ekuitas Merek, Harga, Kepuasan Konsumen**