

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen Zara di Bandung secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel penelitian ini adalah sebanyak 150 orang konsumen yang pernah berbelanja di Zara Bandung. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan program SPSS. Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Zara di Bandung. Terdapat pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen Zara di Bandung. Terdapat pengaruh harga dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen Zara di Bandung. Variabel harga dan *brand image* mampu menjelaskan kepuasan konsumen Zara di Bandung sebesar 69,6% dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

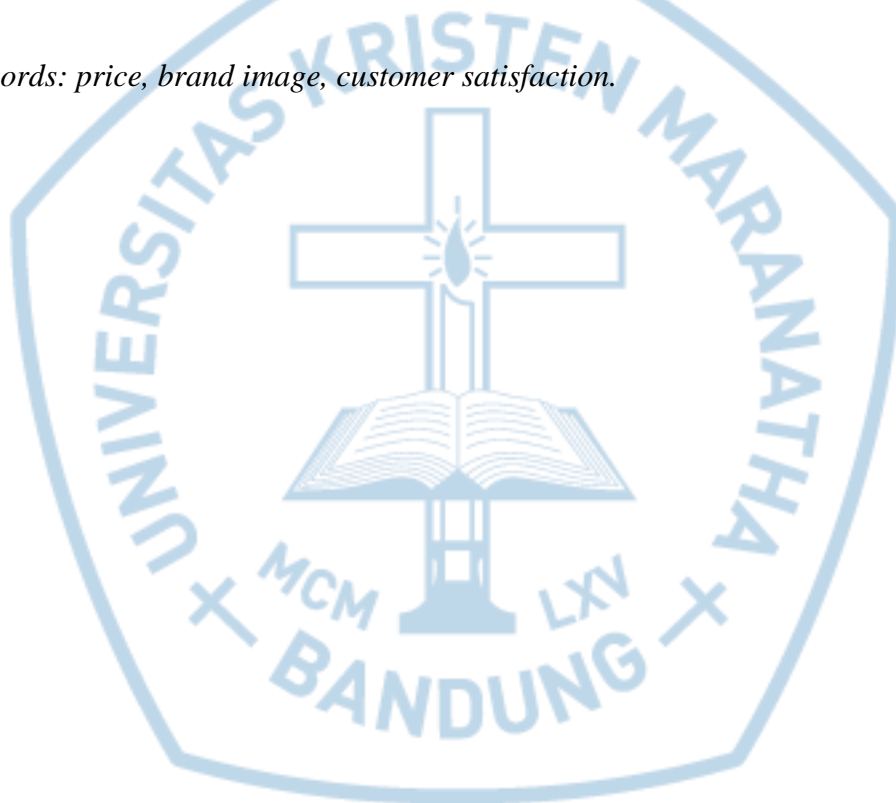
Kata-kata kunci : harga, *brand image*, kepuasan konsumen.



ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of price and brand image on customer satisfaction Zara in Bandung partially or simultaneously. The method used for sampling is purposive sampling. In this study, total samples are 150 customer who have been shopping at Zara Bandung. The data analysis technique used is multiple linear regression with SPSS program. Based on hypothesis testing, analysis result show that there is influence of price to customer satisfaction Zara in Bandung. There is influence of brand image on customer satisfaction Zara in Bandung. There is influence of price and brand image on customer satisfaction Zara in Bandung. Price variables and brand image able to explain customer satisfaction Zara in Bandung for 69.6% and the rest is explained by other factors not examined.

Keywords: price, brand image, customer satisfaction.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Bauran Pemasaran	12
2.1.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran	12
2.1.2.2 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	13
2.1.3 Definisi Produk	15
2.1.3.1 10 Entitas Produk.....	15
2.1.3.2 Tingkatan Produk	17
2.1.3.3 Hirarki Produk	18
2.1.3.4 Klasifikasi Produk	19
2.1.4 <i>Brand Image</i>	23
2.1.5 Harga	25
2.1.5.1 Pengertian Harga	25
2.1.5.2 Tujuan Penetapan Harga.....	27
2.1.5.3 Metode Penetapan Harga.....	30
2.1.6 Perilaku Konsumen	32
2.1.7 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	33
2.1.8 Kepuasan Konsumen.....	35
2.1.9 Penelitian Terdahulu	38
2.2 Model Penelitian	40

2.3 Pengembangan Hipotesis	41
2.3.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	41
2.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	41
2.4 Kerangka Teoritis	42
2.5 Kerangka Pemikiran	43
2.5 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	45
3.2.1 Populasi.....	45
3.2.2 Sampel.....	46
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.3 Definisi Operasional Variabel	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.5 Teknik Analisis Data	50
3.5.1 Uji Instrumen	50
3.5.1.1 Uji Validitas	50
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	50
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	51
3.5.2.1 Uji Normalitas	51
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas.....	51
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	52
3.5.3 Metode Statistik	52
3.5.3.1 Regresi Linier Berganda	52
3.5.3.2 Pengujian Hipotesis	53
3.5.3.3 Koefisien Determinasi	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Penelitian	56
4.1.1 Identitas Responden	56
4.1.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	59
4.1.1.2 Usia Responden	56
4.1.1.3 Pekerjaan Responden.....	57
4.1.1.4 Pengeluaran per Bulan Responden	57
4.1.1.5 Frekuensi Belanja di Zara Bandung Dalam Tiga Bulan Terakhir	58
4.1.2 Hasil Tanggapan Responden Tentang Harga Zara.....	59
4.1.3 Hasil Tanggapan Responden Tentang <i>Brand Image</i> Zara ..	61
4.1.4 Hasil Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Konsumen Zara	63
4.1.5 Hasil Uji Validitas.....	65
4.1.6 Hasil Uji Reliabilitas	66
4.1.7 Uji Asumsi Klasik	66
4.1.8 Teknik Analisis Data	69
4.1.8.1 Regresi Linear Berganda	69
4.1.8.2 Uji Hipotesis	70
4.1.8.3 Koefisien Determinasi	72

4.2 Pembahasan.....	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Simpulan	74
5.2 Implikasi Manajerial	75
5.3 Keterbatasan.....	75
5.4 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rincian Bauran Pemasaran	14
Gambar 2.2 Lima Tingkatan Produk	17
Gambar 2.3 Model Penelitian	40
Gambar 2.4 Rerangka Teoritis	42
Gambar 2.5 Rerangka Pemikiran	43
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	47
Tabel 3.2 Kriteria Penilaian	49
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	57
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja.....	58
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Harga Kuesioner 1.....	59
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Tentang Harga Kuesioner 2.....	59
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Harga Kuesioner 3.....	60
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Harga Kuesioner 4.....	60
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang <i>Brand Image</i> Kuesioner 1	61
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Tentang <i>Brand Image</i> Kuesioner 2	61
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Tentang <i>Brand Image</i> Kuesioner 3	61
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Tentang <i>Brand Image</i> Kuesioner 4	62
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Tentang <i>Brand Image</i> Kuesioner 5	62
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Konsumen Kuesioner 1.....	63
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Konsumen Kuesioner 2.....	63
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Konsumen Kuesioner 3.....	64
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Konsumen Kuesioner 4.....	64
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	65
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	65
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	65
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.23 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	67
Tabel 4.24 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.25 Regresi Berganda.....	69
Tabel 4.26 Uji Hipotesis Parsial	70
Tabel 4.27 Uji Hipotesis Simultan.....	71
Tabel 4.28 Model Summary ^b	72

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Kuesioner Penelitian
- Lampiran B Hasil Kuesioner (Excel)
- Lampiran C Hasil Identitas Responden
- Lampiran D Hasil Tanggapan Responden
- Lampiran E Hasil Olah Data SPSS 20

