

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM
PENGUNAAN GITAR AKUSTIK YAMAHA DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

MARIO MASPAITELLA

11110035

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2017

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM
PENGUNAAN GITAR AKUSTIK YAMAHA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

MARIO MASPAITELLA

NIM : 11110035

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN GITAR AKUSTIK
YAMAHA DI YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

MARIO MASPAITELLA

11110035

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal **27 OCT 2017**.....

Nama Dosen

1. Jonathan Herdioko, SE, MM :

(Ketua Tim)

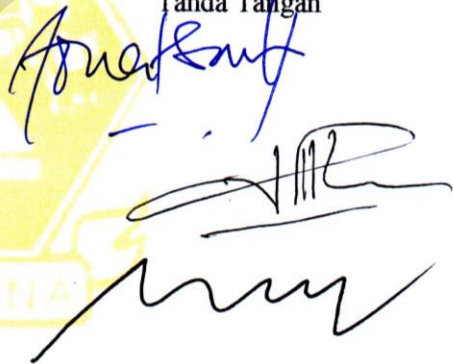
2. Dra. Ambar Kusuma Astuti, Msi :

(Dosen Penguji)

3. Dra. Eti Istriani, MM :

(Dosen Penguji / Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan



Yogyakarta, **03 NOV 2017**.....

Disahkan oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Drs. Sisnuhadi., MBA, Ph,D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PENGUNAAN GITAR AKUSTIK YAMAHA DI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 2 Oktober 2017



Mario Maspaitella

11110035

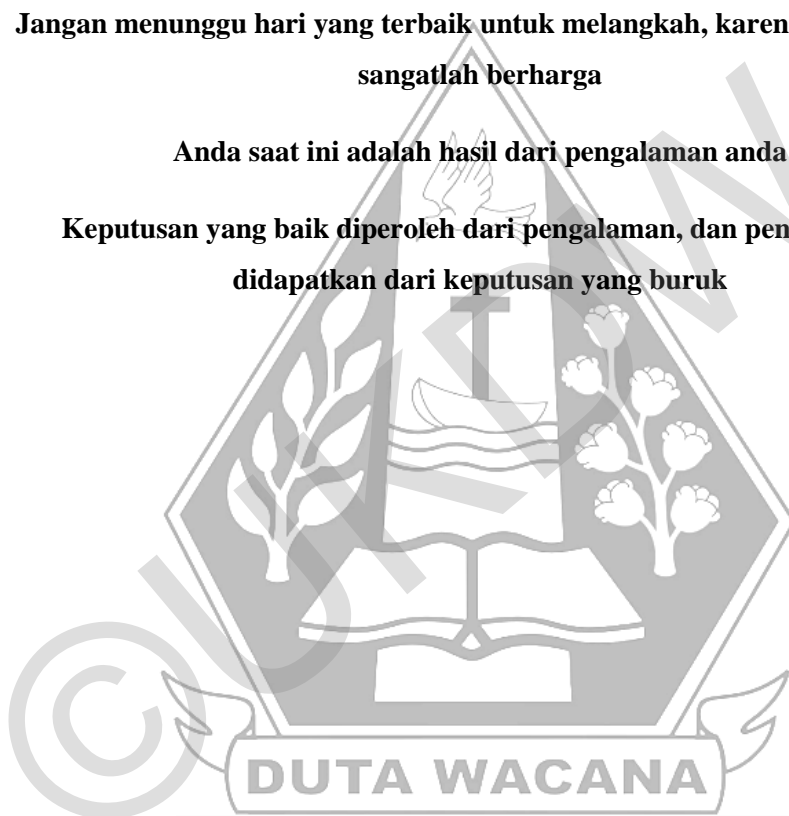
HALAMAN MOTTO

Kegagalan ada bukan untuk ditakuti, tetapi dipelajari

**Jangan menunggu hari yang terbaik untuk melangkah, karena setiap hari
sangatlah berharga**

Anda saat ini adalah hasil dari pengalaman anda

**Keputusan yang baik diperoleh dari pengalaman, dan pengalaman
didapatkan dari keputusan yang buruk**



**“Dengarkanlah nasihat dan terimalah didikan,
supaya engkau menjadi bijak
di masa depan”**

Amsal 9:20

HALAMAN PERSEMBAHAN

The Script Present For :

Tuhan Yesus Kristus

Papa dan Mama Tercinta

Keluarga Terkasih

Bapak Singgih Santoso

Ibu Eti Istriani

Bapak Jonathan Herdioko

Seluruh Dosen-dosen Fakultas Bisnis

Teman-teman Fakultas Bisnis

Almamaterku Tercinta

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan gitar akustik Yamaha” ini dengan baik.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar S1 di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih yang tidak berkesudahan dalam kehidupan saya. Di mana penyertaan yang sempurna dari awal perkuliahan hingga selesainya penulisan Skripsi ini, tangan Tuhan selalu menopang.
2. Kedua Orang Tua tercinta saya yaitu Papa dan Mama yang selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat dan kasih sayang yang tulus, dan juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh untuk menyelesaikan kuliah saya dan Skripsi ini.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

4. Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM, selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Bisnis Universitas Duta Wacana, dan juga dosen yang membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini, dan memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini hingga selesai tepat waktu.
5. Semua keluarga terkasih yang tak pernah berhenti memberikan motivasi dan doa kepada saya.
6. Keluarga kecil saya selama berdada di jogja yaitu PerkamFamily-FedeltaCommunity yang mana sudah melewati masa susah dan senang selama kuliah bersama-sama dan selalu menjadi saudara yang setia disaat merantau dan jauh dari keluarga, kalian juga yang menjadi motivator yang baik untuk saya menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
7. Teman-teman yang pernah bekerja sama dalam kepanitiaan (B'Camp, Pelatihan Manajemen, Seminar Pemasaran, MusicCorner UKDW, Olimpiade UKDW, BisnisCup UKDW) dan sudah menjadi orang terdekat saya juga selama masa kuliah. Selalu menjadi inspirasi bagi saya untuk lebih baik lagi.
8. Teman-teman Manajemen 2011 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
9. Pak Edy Nugroho, SE., MSc. yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengolah data skripsi.

10. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi penyempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna pada umumnya.

Yogyakarta, 2 Oktober 2017

Penulis,

Mario Maspaitella

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAKSI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Penelitian	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Kualitas Produk	6
2.1.1. Pengertian Produk	6
2.1.2. Konsep Kualitas Produk	7

2.2. Merek (<i>Brand</i>)	8
2.2.1. Pengertian Merek	9
2.2.2. Manfaat Merek	9
2.2.3. Tingkatan Merek	11
2.2.4. Karakteristik Merek	12
2.3. Citra (<i>Image</i>)	12
2.3.1. Pengertian Citra	13
2.3.2. Fungsi Citra	13
2.4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	14
2.4.1. Pengertian Citra Merek	14
2.4.2. Komponen Citra Merek	14
2.4.3. Manfaat Citra Merek	15
2.5. Kepuasan Konsumen	15
2.5.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	15
2.6. Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen	17
2.7. Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan Konsumen	17
2.8. Penelitian Tedahulu	18
2.9. Kerangka Penelitian	19
3.0. Hipotesis.....	19
BAB III. METODE PENELITIAN	20
3.1. Data Penelitian	20
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	21
3.3. Definisi Variabel dan Pengukuran	22
3.3.1. Variabel Penelitian	24
3.3.2. Pengukuran Variabel	24

3.4. Metode Analisis Data	24
3.4.1. Uji Validitas	24
3.4.2. Uji Reliabilitas	25
3.4.3. Analisis Deskriptif	27
3.4.4. Koefisien Determinasi (R^2)	27
3.4.5. Analisis Regresi Linear Berganda	28
3.4.6. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	28
3.4.7. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T)	29
BAB IV. HASIL PENELITIAN	31
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	31
4.1.1. Objek Penelitian	31
4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	31
4.2.1. Analisis Validitas	31
4.2.2. Analisis Reliabilitas	32
4.2.3. Analisis Deskriptif	33
4.2.4. Koefisien Determinasi	35
4.2.5. Analisis Regresi Linear Berganda	35
4.2.6. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	37
4.2.7. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T)	38
4.3. Pembahasan Hasil	40
BAB V. PENUTUP	43
5.1. Kesimpulan	43
5.2. Keterbatasan Penelitian	45
5.3. Saran	45
5.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	46

DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	49

©UKDW

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	27
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.5. Hasil Regresi Koefisien Determinasi R^2	35
Tabel 4.6 Hasil Linear Berganda	36
Tabel 4.7. Hasil Uji F	37
Tabel 4.8. Hasil Uji T	38
Tabel 4.9. Hasil Penelitian	40

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian 19

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 5 r Tabel

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan gitar akustik Yamaha di Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah pembagian kuisioner kepada 100 orang pemain Gitar Akustik Yamaha di Yogyakarta.

Berdasarkan kriteria tersebut ada 3 hipotesis yang didapat yaitu : kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan Gitar Akustik Yamaha, citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen menggunakan Gitar Akustik Yamaha, kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen menggunakan Gitar Akustik Yamaha.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistic regresi linear berganda. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa tiga hipotesis benar yaitu kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan gitar akustik Yamaha, citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan gitar akustik Yamaha, Kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan gitar Akustik Yamaha.

Kata kunci : kualitas produk, citra merek, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

This research examines the effect of variable component of product quality and brand image on customer satisfaction in using Yamaha acoustic guitar in Yogyakarta. The data collection method used is the distribution of questionnaires to 100 Yamaha Acoustic Guitar players in Yogyakarta

Based on these criteria there are 3 hypotheses that are: product quality influence to consumer satisfaction in using Yamaha Acoustic Guitar, brand image influence to consumer satisfaction using Yamaha Acoustic Guitar, product quality and brand image influence to consumer satisfaction using Yamaha Acoustic Guitar.

Hypothesis testing in this research using multiple linear regression statistic tool. The result of statistical analysis shows that three true hypothesis that product quality has significant influence to consumer satisfaction in using Yamaha acoustic guitar, brand image has significant influence to consumer satisfaction in Yamaha acoustic guitar usage, product quality and brand image influence signifikan to consumer satisfaction using acoustic guitar Yamaha.

Keywords : product quality, brand image, customer satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Saat ini banyak sekali merek-merek gitar akustik yang ada didunia industri musik, dan gitar akustik menjadi sebuah alat musik yang begitu terkenal di seluruh daerah Indonesia, mulai dari perkotaan hingga pelosok desa.

Banyaknya merek gitar akustik membuat persaingan antara merek gitar akustik begitu ketat, tetapi kualitas dari merek gitar akustik terkenal lebih menarik perhatian konsumen jika dibandingkan dengan merek-merek gitar yang lain. Gitar akustik dibedakan menjadi dua jenis, yakni gitar akustik dan klasik. Gitar klasik dimasukkan ke dalam kategori gitar akustik karena keduanya tidak menggunakan listrik. Namun selain itu, ada beberapa perbedaan dari kedua gitar akustik ini, mulai dari perbedaan desain, bentuk, jenis senar yang digunakan, hingga jenis suara vocal gitar yang dihasilkan juga berbeda. Untuk jenis gitar klasik biasanya memiliki tipe suara yang lebih berat karena senar yang digunakan terbuat dari bahan nylon sehingga suaranya tidak melengking tinggi, ini berbeda dengan gitar akustik yang menggunakan senar gitar berjenis kawat baja, sehingga suara yang dihasilkan jauh lebih melengking.

Persaingan tersebut terlihat dalam pertumbuhan industri alat musik di Indonesia adalah alat musik gitar. Alat musik ini merupakan instrument musik yang sangat terkenal di berbagai kalangan masyarakat Indonesia, oleh karena itu banyak bermunculan berbagai macam gitar dengan merek,

harga, dan variasi model yang disertai dengan keunggulannya masing-masing. Adapun merek-merek gitar gitar akustik yang terkenal di Indonesia seperti Yamaha, Cort, Legacy, Takamine, dll. Tetapi dalam persaingan produk gitar akustik, ada salah satu merek gitar yang sudah sangat terkenal adalah gitar akustik Yamaha. Gitar akustik Yamaha ini menjadi pilihan utama bagi para gitaris karena desain, merek terkenal, dan kualitas dari gitar ini yang mempengaruhi pemusik memilih untuk membeli gitar ini.

Dalam proses pemasaran produk, para produsen tersebut harus dapat mengembangkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Mereka harus dapat memenuhi tuntutan konsumen dalam menyediakan barang atau jasa yang lebih baik serta dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Harus ada berbagai cara usaha yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus memenangkan persaingan. Perusahaan harus mempersiapkan strategi pemasaran yang tepat untuk produknya. Produk yang ditawarkan ke pasar harus mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi agar memenuhi keinginan dan kebutuhan calon konsumen. Dalam memilih produk, konsumen tentu saja akan melihat merek, bentuk, model warna, kualitas, dan harga. Tetapi tidak hanya itu saja, konsumen juga mempertimbangkan efisiensi dari produk untuk mengatasi kebutuhan konsumen, sehingga konsumen harus benar-benar teliti dan memikirkan apakah produk tersebut bisa menjawab kebutuhan dan keinginan mereka.

Berdasarkan hal tersebut, maka analisis mengenai kepuasan konsumen sangat penting dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan citra merek dari produk yang mereka hasilkan.

Untuk mengamati kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan gitar akustik Yamaha, maka yang menjadi titik penelitian ini adalah dari segi kualitas produk dan citra merek. Dari penelitian ini juga dapat diketahui bagaimana kualitas produk dan citra merek dapat memberikan kepuasan kepada setiap diri pribadi seseorang dalam memilih produk tersebut. Oleh sebab itu dalam penulisan skripsi ini diberi judul :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN
GITAR AKUSTIK YAMAHA DI YOGYAKARTA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang dapat dirumuskan adalah :

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap penggunaan Gitar Akustik Yamaha di Yogyakarta ?
2. Apakah citra merek mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap penggunaan Gitar Akustik Yamaha di Yogyakarta ?
3. Apakah kualitas produk dan citra merek mempengaruhi kepuasan konsumen ?

1.3 Batasan Penelitian

Agar masalah yang dibahas tidak bias atau luas, maka diberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Produk yang diteliti adalah gitar Akustik Yamaha.

2. Responden penelitian adalah masyarakat Yogyakarta yang memakai dan yang sudah pernah menggunakan Gitar Akustik Yamaha
3. Jumlah responden yang diteliti 100 orang di Yogyakarta.
4. Variabel yang diteliti adalah kualitas produk dan citra merek produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
5. Waktu : Februari – Juni 2017

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan Gitar Akustik Yamaha di Yogyakarta.
2. Mengetahui pengaruh citra merek produk terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan Gitar Akustik Yamaha di Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan Gitar Akustik Yamaha di Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi di bidang pemasaran, khususnya terhadap permasalahan dengan pengembangan produk. Sehingga, hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan informasi sebagai bahan pembandingan selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam pengembangan produk dan aktivitas pada strategi

pemasaran serta berguna untuk menentukan pengambilan keputusan dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang dengan semakin berkembangnya jaman dan teknologi.

1.5.3 Manfaat Bagi Penulis

Memberikan pengalaman kepada penulis untuk menerapkan dan memperluas wawasan penerapan teori dan pengetahuan yang telah diterima di dalam perkuliahan pada kegiatan nyata.

©UKDW

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komponen variable kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan gitar akustik Yamaha. Sampel dalam penelitian ini adalah para pemain musik yang menggunakan gitar akustik Yamaha. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang berada di kota Yogyakarta, dan didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis Karakteristik Responden
 - a. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin pria dengan jumlah 80 responden (80%).
 - b. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 24-30 tahun yaitu sebanyak 40 orang (40%)
2. Dari hasil analisis, dapat disimpulkan sebagai berikut :
 - a. Berdasarkan persamaan regresi $Y = 0,260 + 0,707 X_1 + 0,245 X_2$ diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel kualitas produk dan citra merek ($\beta_1, \beta_2,) > 0$.. Adapun interpretasi masing-masing variabel adalah sebagai berikut :
 - i. Koefisien regresi kualitas produk gitar akustik Yamaha yang bernilai positif menunjukkan bahwa apabila kualitas produk dari gitar akustik Yamaha semakin baik, maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi.

- ii. Koefisien regresi citra merek gitar akustik Yamaha yang bernilai positif menunjukkan bahwa apabila citra merek gitar akustik Yamaha semakin baik, maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi.
- b. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan gitar akustik Yamaha dengan tingkat signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima.
- c. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan gitar akustik Yamaha dengan tingkat signifikansi yaitu $0,002 < 0,005$. Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima.
- d. Komponen variable kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan gitar akustik Yamaha dengan tingkat signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima.
- e. Berdasarkan hasil uji determinasi pada tabel 4.5, diketahui bahwa nilai adjusted R square adalah 0,665 yang berarti variabilitas variabel dependen (kepuasan konsumen dalam penggunaan gitar akustik Yamaha) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independent (Kualitas produk dan citra merek) sebesar 66,5%. Sedangkan sisanya ($100\% - 66,5\% = 33,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Variabel independen yang digunakan hanya kualitas produk dan citra merek.
2. Teknik sampling memakai purposive sampling sehingga responden yang teliti belum dibagi secara merata.
3. Penelitian ini menyesuaikan kuesioner dengan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
4. Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Yogyakarta saja dengan responden yang terbatas yaitu 100 orang pemain musik yang menggunakan gitar akustik Yamaha.

5.3. Saran

5.3.1. Saran berdasarkan hasil penelitian untuk Perusahaan

Ditinjau dari hasil analisis yang telah dilakukan, maka membuktikan bahwa kualitas produk dan citra merek berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen menggunakan gitar akustik Yamaha. Kemudian dapat kita lihat juga dari hasil perhitungan regresi yang menyatakan bahwa variabel yang penulis teliti yaitu kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan gitar akustik Yamaha. Dari hasil itulah

maka saran yang dapat penulis berikan untuk kedepannya bagi *Yamaha Corporation* adalah perlu diadakan peningkatan terhadap variabel-variabel kualitas produk dan citra merek yang diteliti agar *Yamaha Corporation* bisa tetap mempertahankan nama baik, reputasi dan meningkatkan kualitas produk yang dimiliki. Sehingga konsumen dan pelanggan semakin puas dengan produk gitar dari *Yamaha Corporation*.

5.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik kedepan, yaitu :

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.
2. Pada penelitian yang mendatang diharapkan peneliti melakukan studi terhadap gitar akustik Yamaha melalui variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan menggunakan gitar akustik Yamaha. Karena dari hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,665 yang berarti variabilitas variabel dependen (kepuasan konsumen menggunakan gitar akustik Yamaha) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independent (kualitas produk dan citra merek) sebesar 66,5%. Sedangkan sisanya ($100\% - 66,5\% = 33,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Anissa, M. 2016. *Pengaruh citra merek, kepervayaan merek dan kepuasan konsumenn terhadap loyalitas merek jasa kurir*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Azwar, S. 2004. *Metode Penelitian*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Huda, N. 2012. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Selemba Empat
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Penerbit Prenhallido, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 9. Terjemahan: Hendra Teguh et.al. Jakarta, PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta : Indeks.
- Lamb, Cahrlles.W, Hair, Joseph.F, Mc Daniel, Carl, 2001, *Pemasaran*, edisi 5, buku 1, penterjemah David Octarevia. Jakarta: Salemba Empat.
- Lasander, C. 2013. *Citra merek, kualitas produk, dan promosi pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada makanan tradisional*. Manado : Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Nugroho, J. 2014. *Analisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dalam meningkatkan word of mouth pada produk autan*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Nuriyani, F. 2015. *Analisis pengaruh kualitas produk dan brand images terhadap kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas konsumen teh botol sosro*. Malang : Universitas Brawijaya Malang.
- Sugiyono, 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Susanti, N. **2014**. *Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada produk kosmetik hijau merek The Body Shop*.

Tjiptono, Fandy, **2006**. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

©UKDW