

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN MAKANAN GETUK  
MAREM DI MAGELANG**



**DISUSUN OLEH :**

Yessica Rachel Wibowo

11140057

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN MAKANAN GETUK  
MAREM DI MAGELANG**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

**DISUSUN OLEH :**

Yessica Rachel Wibowo

11140057

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS  
KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA  
2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN MAKANAN GETUK  
MAREM DI MAGELANG**

telah diajukan dan dipertahankan oleh :

**YESSICA RACHEL WIBOWO**

**11140057**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen pada tanggal 24 Januari 2018

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Ety Istriani, MM  
(Ketua Tim)
2. Jonathan Herdioko, SE., MM  
(Dosen Pembimbing)
3. Dra Purwani Retno Andalas, MM  
(Dosen Penguji)

*[Handwritten signatures of the three lecturers]*

**Yogyakarta, 30 Januari 2018**

**Disahkan oleh :**

Dekan,

Wakil Dekan 1 Manajemen

*[Signature of Dr. Singgih Santoso]*

*[Signature of Drs. Sisnuhadi]*

Dr. Singgih Santoso, MM

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN MAKANAN GETUK  
MAREM DI MAGELANG**

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 saya.

Yogyakarta, 11 Januari 2018



(Yessica Rachel Wibowo)

11140057

## HALAMAN MOTTO

**Apabila kita memiliki keinginan, kita harus terus berusaha untuk mewujudkan yang pasti jangan mudah menyerah kepada keadaan walaupun terkadang semua itu sulit.**

**( ~ Yessica Rachel Wibowo ~ )**

©UKDWN

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan penulis untuk:

- Tuhan Yesus Kristus
- Mama yang penulis cintai, yang selalu memberi semangat dan selalu mendoakan untuk memberikan yang terbaik.
- Kakak-kakak yang penulis kasihi, yang selalu mendukung dan mendoakan segala sesuatunya yang terbaik bagi hidup penulis.
- Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
- Dosen Pembimbing penulis Jonathan Herdioko, SE., MM.
- Teman-teman dan sahabat-sahabat yang selalu memberi dukungan dan semangat pada penulis.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan pembelian makanan Getuk Marem di Magelang”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi pada fakultas bisnis jurusan manajemen konsentrasi pemasaran Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu selama proses penelitian dan penulisan skripsi. Ucapan terima kasih disampaikan dengan hormat kepada:

1. Dr. Singgih Santoso, M.M. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Drs. Sisnuhadi, MBA. selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Manajemen.
3. Jonathan Herdioko, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sejak penentuan judul hingga selesainya penulisan skripsi.
4. Segenap dosen Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana yang telah banyak membantu dan membimbing penulis dalam menuntut ilmu di UKDW.
5. Mama sebagai Orang Tua yang penulis cintai yang selalu memberikan nasihat, kasih sayang, dan semangat kepada penulis selama masa penyusunan skripsi.

6. Kakak-kakak yang penulis kasihi, yang selalu mendukung dan mendoakan segala sesuatunya yang terbaik bagi hidup penulis.
7. Joshi Andi Harat yang selalu menemani, memberikan semangat, menghibur dan membantu penulis dalam keadaan apapun.
8. Bapak pendeta Yoshea Riva dan Ibu Ella yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
9. Kepada teman-teman Kos Pink penulis dari yaitu Ellen, Margareta, Dian dan Dessy yang selalu memberikan semangat sekaligus menjadi pengganggu bagi penulis untuk tidak mengerjakan skripsi.
10. Kepada teman-teman terbaik penulis yang selalu membantu, menjadi teman seperjuangan dari semester awal hingga sekarang dan seperjuangan membuat skripsi, menghibur saat stress dan mendukung skripsi penulis yaitu Valinda, Kriswahyuni, Sherly, Steny, Kartika, Coi, Kevin.
11. Yang terakhir adalah untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang selalu mendukung, memotivasi dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Yogyakarta, Januari 2018

( Yessica Rachel Wibowo )

11140047



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK INDONESIA.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK INGGRIS .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat bagi Penulis .....	4
1.4.2 Manfaat bagi Perusahaan .....	4
1.5 Batasan Penelitian .....	4
1.5.1 Variabel yang diteliti dalam Penelitian.....	4
1.5.2 Responden Penelitian.....	5
1.5.3 Periode Penelitian .....	5

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Pengertian Pemasaran .....	6
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	6
2.2 Citra Merek .....	7
2.2.1 Pengertian Citra .....	7
2.2.2 Pengertian Merek.....	8
2.2.3 Pengertian Citra Merek.....	9
2.3 Kualitas Produk.....	12
2.4 Harga .....	14
2.5 Kepuasan Konsumen.....	15
2.6 Penelitian Terdahulu .....	16
2.7 Kerangka Penelitian .....	17
2.8 Hipotesis.....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>18</b>
3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	18
3.2 Data Primer dan Sekunder.....	19
3.2.1 Data Primer.....	20
3.2.2 Data Sekunder.....	21
3.3 Populasi dan Sampel .....	21
3.3.1. Populasi.....	21
3.3.2. Sampel .....	21
3.4 Pengukuran Variabel .....	22
3.5 Metode Analisis Data .....	23
3.5.1 Uji Validitas.....	23
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	24
3.5.3 Analisis Deskriptif .....	26
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	26
3.5.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	27
3.5.6 Uji Simultan ( Uji F ).....	28
3.5.7 Uji Parsial ( Uji t ) .....	29

<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Metode Analisis Data .....	31
4.1.1 Uji Validitas .....	31
4.1.2 Uji Reliabilitas .....	33
4.1.3 Analisis Deskriptif .....	33
4.1.3.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.1.3.2. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	35
4.1.3.3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
4.1.3.4. Profil Responden Berdasarkan Penghasilan .....	36
4.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
4.1.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	39
4.1.6 Uji Simultan ( Uji F ).....	40
4.1.7 Uji Parsial ( Uji t ) .....	41
4.1.8 Pembahasan Hasil .....	44
4.1.8.1. Variabel Citra Merek .....	44
4.1.8.2. Variabel Kualitas Produk .....	45
4.1.8.3. Variabel Harga .....	45
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>47</b>
5.1 Kesimpulan .....	47
5.1.1 Analisis Karakteristik Saran .....	47
5.1.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
5.1.3 Keterbatasan Penelitian .....	48
5.2 Saran.....	48
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	48
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>51</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3.1 Tabel Harga 3 Perusahaan Getuk.....	19
Tabel 3.2 Skala Liket .....	23
Tabel 4.1 Hasil Uji validitas.....	32
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.3 Hasil Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.4 Hasil Jumlah Responden berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.5 Hasil Jumlah Responden berdasarkan Pekerjaan.....	36
Tabel 4.6 Hasil Jumlah Responden berdasarkan Penghasilan .....	36
Tabel 4.7 Hasil Regresi Linier Berganda.....	37
Tabel 4.8 Analisis Regresi untuk Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	39
Tabel 4.9 Uji F ANOVA.....	40
Tabel 4.10 Uji t .....	42

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 3.1 Teknik Pengambilan Sampel.....	22

©UKDW

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner.....	51
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	54
Lampiran 3 Reliability .....	57
Lampiran 4 Frekuensi Tabel .....	59
Lampiran 5 Regresi .....	60
Lampiran 6 Tabel r.....	61
Lampiran 7 Tabel t.....	62
Lampiran 8 Surat Ijin Penelitian .....	65

©UKDW

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pembelian makanan Getuk Marem di magelang. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk dan harga. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan 70 responden, dengan usia 31 – 35 tahun 30 responden, dengan pekerjaan Pegawai Swasta 45 responden, dengan berpenghasilan 1 juta – 1.999 juta 38 responden. Analisis yang digunakan adalah regresi liniesr berganda.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda variabel yang berpengaruh positif secara simultan adalah Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga, sedangkan yang berpengaruh signifikan secara parsial adalah Kualitas Produk dan Harga. Hal ini dikarenakan menurut mayoritas responden penelitian, Kualitas Produk dan Harga dari Getuk Marem tergolong baik. Sedangkan variabel Citra Merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Angka adjusted  $R^2$  sebesar 0,622 menunjukkan bahwa 62,2% dapat dijelaskan oleh variabel citra merek, kualitas produk dan harga. Sedangkan 37,8% dijelaskan dari variabel lain yang tidak diteliti.

***Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan***

## ABSTRACT

*This study was conducted to determine the effect of brand image, product quality and price toward the satisfaction of the Getuk Marem snack purchase in Magelang. The independent variable in this study are the brand image, product quality and price. The dependent variable in this study is satisfaction. Data collection methods used were by questionnaires. The Samples taken as respondents as many as 100 people. The majority of respondents in this study were 70 female respondents, age 31-35 years old are 30 respondents, the Private Employees workers are 45 respondents, with an income of 1 million - 1,999 million 38 respondents. The analysis used is multiple regression linier.*

*Based on the results of the multiple linear regressions simultaneously positive effect are the brand image, product quality and price, while significant effect partially is Product Quality and Price. This is because according to the majority of survey respondents, Product Quality and Price of Getuk Marem quite good. While the brand image variable has no significant influence on customer satisfaction.*

*Figures adjusted  $R^2$  of 0.622 indicates that 62.2% can be explained by the variable of brand image, product quality and price. While 37.8% described other variables not studied.*

**Keywords: Brand, Product Quality, Price and Satisfaction**



## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pembelian makanan Getuk Marem di magelang. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk dan harga. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan 70 responden, dengan usia 31 – 35 tahun 30 responden, dengan pekerjaan Pegawai Swasta 45 responden, dengan berpenghasilan 1 juta – 1.999 juta 38 responden. Analisis yang digunakan adalah regresi liniesr berganda.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda variabel yang berpengaruh positif secara simultan adalah Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga, sedangkan yang berpengaruh signifikan secara parsial adalah Kualitas Produk dan Harga. Hal ini dikarenakan menurut mayoritas responden penelitian, Kualitas Produk dan Harga dari Getuk Marem tergolong baik. Sedangkan variabel Citra Merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Angka adjusted  $R^2$  sebesar 0,622 menunjukkan bahwa 62,2% dapat dijelaskan oleh variabel citra merek, kualitas produk dan harga. Sedangkan 37,8% dijelaskan dari variabel lain yang tidak diteliti.

***Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan***

## ABSTRACT

*This study was conducted to determine the effect of brand image, product quality and price toward the satisfaction of the Getuk Marem snack purchase in Magelang. The independent variable in this study are the brand image, product quality and price. The dependent variable in this study is satisfaction. Data collection methods used were by questionnaires. The Samples taken as respondents as many as 100 people. The majority of respondents in this study were 70 female respondents, age 31-35 years old are 30 respondents, the Private Employees workers are 45 respondents, with an income of 1 million - 1,999 million 38 respondents. The analysis used is multiple regression linier.*

*Based on the results of the multiple linear regressions simultaneously positive effect are the brand image, product quality and price, while significant effect partially is Product Quality and Price. This is because according to the majority of survey respondents, Product Quality and Price of Getuk Marem quite good. While the brand image variable has no significant influence on customer satisfaction.*

*Figures adjusted  $R^2$  of 0.622 indicates that 62.2% can be explained by the variable of brand image, product quality and price. While 37.8% described other variables not studied.*

**Keywords: Brand, Product Quality, Price and Satisfaction**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini banyak perusahaan berkompetisi untuk menguasai pangsa pasar yang ada, yaitu dengan cara membuat perencanaan pemasaran yang baik demi mendapat pencitraan di dalam pikiran konsumen. Pihak manajemen di masing-masing perusahaan juga dituntut agar dapat meningkatkan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Selain itu, keberhasilan perusahaan dalam mencapai kinerja yang optimal secara terus-menerus ditentukan oleh seberapa besar perusahaan mampu untuk berinovasi agar dapat terus bertahan dan berkompetisi dalam dunia bisnis. Strategi pemasaran yang tepat dan terencana bukan hanya diterapkan di perusahaan besar tetapi industri rumahan juga menerapkan strategi yang sama demi kelangsungan perusahaan baik dengan cara pencitraan merek yang baik di dalam pikiran konsumen, kualitas produk yang berkualitas, harga yang pas. Serta penyampaian tentang keistimewaan dan kelebihan produk yang dihasilkan dalam bentuk promosi untuk menciptakan kepuasan di dalam pikiran konsumen.

Kualitas produk yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Citra merek menurut Kotler (2006:266) adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen, sebagai cerminan asosiasi yang tertahan di ingatan konsumen. Selain citra merek, kualitas akan produk juga penting untuk meyakinkan konsumen akan produk tersebut terjamin kualitasnya, terjaminan kebersihannya, terjamin halal suatu produk tersebut agar konsumen percaya akan produk tersebut. Menurut Kotler and Armstrong (2008:272) kualitas produk (*product quality*) adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplementasikan.

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler 2009:139). Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono 2008:24).

Banyaknya persaingan industri rumahan saat ini memaksa setiap produsen pandai dalam memilih produk untuk dihasilkan, salah satu diantaranya adalah Industri rumah tangga. Perusahaan rumahan yang bergerak di bidang makanan tradisional Getuk Marem ini termasuk perusahaan rumahan yang sukses dalam perkembangannya, berdiri pada tahun 1986 dan telah 31 tahun berkecimbung dalam dunia bisnis, perusahaan rumahan ini mampu bertahan di tengah maraknya persaingan

pada bidang makanan dengan para pesaingnya. Toko Getuk Marem beralamat di Jalan Bringin 2 Tidar, Krajan, Magelang. Toko oleh-oleh Getuk Marem tak hanya menjual getuk, tapi juga oleh-oleh khas lainnya seperti getuk goreng, bakpia, wingko dan lainnya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- a. Apakah ada pengaruh Citra Merek terhadap kepuasan pembelian makanan Getuk Marem di Magelang ?
- b. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pembelian makanan Getuk Marem di Magelang ?
- c. Apakah ada pengaruh Harga terhadap kepuasan pembelian makanan Getuk Marem di Magelang ?
- d. Apakah ada variabel Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap kepuasan pembelian Getuk Marem di Magelang ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh Citra Merek terhadap kepuasan pembelian makanan Getuk Marem di Magelang.
- b. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pembelian makanan Getuk Marem di Magelang.
- c. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh Harga terhadap kepuasan pembelian makanan Getuk Marem di Magelang.
- e. Untuk menganalisis apakah ada variabel Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap kepuasan pembelian Getuk Marem di Magelang.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### a. Manfaat bagi penulis :

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah pengambilan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan di Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

### b. Manfaat bagi perusahaan :

Hasil penelitian ini dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi. Memberikan masukan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kualitas produk.

## 1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka peneliti memberikan batasan masalah yang meliputi responden sebagai berikut :

### 1.5.1. Variabel yang diteliti dalam penelitian.

#### a. Variabel Dependen :

##### 1. Kepuasan Konsumen (*Consumer Satisfaction*)

- a) Kepuasan pada citra merek
- b) Kepuasan pada kualitas produk
- c) Kepuasan pada harga

#### b. Variabel Independen :

##### 1. Citra Merek (*brand image*)

- a) Logo merek mudah diingat
  - b) Merek sudah dikenal
  - c) Merek yang terpercaya
2. Kualitas Produk (*product quality*)
- a) Kemasan kokoh
  - b) Tanpa campuran bahan pengawet kimia
  - c) Produk getuk tahan lama
  - d) Terdapat 3 warna Getuk
  - e) Memiliki rasa manis, guruh dan harum
3. Harga(*price*)
- a) Harga yang terjangkau
  - b) Harga Lebih murah dari pesaing
  - c) Sesuai dengan kualitas yang diterima
  - d) Kompetitif dengan yang lain

### **1.5.2. Responden Penelitian**

Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli dan mengkonsumsi Getuk Marem di Kota dan Kabupaten Magelang.

### **1.5.3. Periode Penelitian.**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November sampai dengan bulan Desember tahun 2017. Penyebaran kuisisioner akan dilakukan di Kota dan Kabupaten Magelang.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap kepuasan pembelian makanan Getuk Marem di Magelang, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

##### 5.1.1. Analisis Karakteristik Responden

- a. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 70 responden (70%).
- b. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 31 – 35 tahun dengan jumlah 30 responden (30%).
- c. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Swasta dengan jumlah 45 responden (45%).
- d. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki penghasilan 1jt – 1.999 jt dengan jumlah 38 responden (38%).

##### 5.1.2. Hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil regresi linier berganda variabel yang berpengaruh positif secara simultan adalah Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga, sedangkan yang berpengaruh signifikan secara parsial adalah Kualitas Produk dan Harga. Hal ini dikarenakan menurut mayoritas responden penelitian, Kualitas Produk dan Harga dari Getuk Marem tergolong baik. Sedangkan variabel Citra Merek



secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **5.1.3. Keterbatasan Penelitian**

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

- a. Jumlah responden dalam penelitian ini hanya terbatas pada 100 orang responden dikarenakan keterbatasan waktu untuk melakukan penelitian.
- b. Variabel Independent yang diteliti adalah variabel Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga
- c. Penelitian ini menyesuaikan kuesioner dengan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan yang diberikan oleh penulis.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

### **5.2.1. Bagi Perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian analisis regresi linier berganda mengenai analisis Kepuasan Konsumen terhadap makanan Getuk Marem maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Citra Merek secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pembelian Makanan Getuk Marem di Kota Magelang. Perusahaan harus mempertahankan citra merek yang ada

diperusahaan dan ditingkatkan lagi dengan menyesuaikan keinginan dan kebutuhan dari konsumen agar konsumen merasa puas serta ingin membeli kembali Getuk Marem..

2. Kualitas produk dari Getuk Marem berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sehingga perusahaan harus tetap menjaga serta meningkatkan kualitas dari produknya. Apabila kualitas produk tidak sesuai dengan harapan dari konsumen maka dapat dipastikan tingkat pembelian makanan Getuk Marem akan menurun.
3. Harga dari Getuk Marem berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Apabila Harga sesuai dengan harapan konsumen maka dapat dipastikan tingkat pembelian makanan Getuk Marem akan meningkat.

### **5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Adapun saran yang diberikan oleh penulis untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah profil responden penelitian, agar dapat memberikan informasi responden lebih lagi.
2. Pengumpulan data tidak hanya menggunakan kuesioner, namun dapat juga dilakukan tanya jawab langsung ke responden sehingga dapat mengetahui lebih dalam pendapatnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Abdurrahman, H. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Jawa Barat (Bandung): Cv Pustaka Setia.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 12, jilid 1 & 2*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2008). *MANAJEMEN PEMASARAN Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: GRHA ILMU.
- Lasander, C. (2013). CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAKANAN TRADITIONAL. *Jurnal EMBA* , 284-293. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2024> diaskes 1 September 2017)
- Prasastono, N., Rahmawati, E., & Pradapa, S. Y. (2017). EFFECT OF PRICE, QUALITY PRODUCTS AND BRAND IMAGE PURCHASE DECISION GETUK PISANG "SARI MADU" KEDIRI. 324-337. (<http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendiu/article/view/5059> diaskes 1 September 2017)
- Santoso, S. (2003). *Statistik Diskriptif Konsep & Aplikasi dengan Ms Excel & SPSS*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* . Yogyakarta: UII Press.