

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BAKPIA KUKUS TUGU JOGJA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

ERLINA NAINGGOLAN

11180554

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erlina Nainggolan
NIM : 11180554
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap
Kepuasan Pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 22 Juni, 2022

Yang menyatakan



(Erlina Nainggolan)
NIM.11180554

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

ERLINA NAINGGOLAN

11180554

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BAKPIA KUKUS TUGU JOGJA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ERLINA NAINGGOLAN

11180554

Dalam Ujian Skripsi Prodi Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen Pada tanggal

6 Juni 2022

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Lucia Nurbani Kartika, S. Pd., MM

(Ketua Tim/ Dosen Penguji)

2. Dr. Singgih Santoso, MM

(Dosen Penguji)

3. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph. D

(Dosen Pembimbing/ Dosen Penguji)

: 

: 

: 

Yogyakarta, 30 Juni 2022

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, M.Si



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph. D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BAKPIA KUKUS TUGU JOGJA

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 semestinya.

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

Yogyakarta, 17 Mei 2022



(Erlina Nainggolan)

11180554

HALAMAN MOTTO

“Karena itu haruslah kamu sempurna, sama seperti Bapamu yang di sorga adalah sempurna”

(Matius 5:48)

“Sebab TUHAN, Dia sendiri akan berjalan di depanmu, Dia sendiri akan menyertai engkau, Dia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau; janganlah takut dan janganlah patah hati”

(Ulangan 31:8)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan penyertaan-Nya penulis dapat melewati berbagai macam kesulitan dan hambatan dalam penulisan skripsi ini hingga penulis dapat menyelesaikan proses pembuatan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Keluarga tercinta teristimewa kepada kedua orang tua saya yaitu Ayah Maruli Nainggolan dan Ibu Risma Roberia br. Silalahi serta saudara/I saya, yang senantiasa memberikan motivasi, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik dan lancar.
3. Bapak Dr. Drs. Sisuhadi, MBA. selaku dosen pembimbing yang selalu bijaksana memberikan bimbingan, masukan, saran dan petunjuk dalam penyusunan Laporan tugas akhir ini.
4. Seluruh Dosen dan Pegawai Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan pelayanan kepada penulis selama berada di bangku kuliah.
5. Bapak Edy Nugroho, SE., Msc., selaku dosen pengajar yang telah membantu penulis dalam mengolah data dan mengerjakan SPSS untuk mendukung menyelesaikan Laporan tugas akhir ini.
6. Seluruh teman-teman terdekat dan teman-teman angkatan 2018 yang selalu ada untuk membantu baik dalam memberikan saran, masukan, dan semangat kepada penulis.
7. Pihak-pihak yang ikut membantu menyelesaikan penelitian Laporan tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Dr. Drs. Sisnuhadi, MBA., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- (2) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- (3) Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, 18 Mei 2022

Erlina Nainggolan

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian	4
BAB II.....	6
KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Kualitas Produk	6
2.1.2 Persepsi Harga.....	7
2.1.3 Citra Merek	9
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	10
2.2 Pengembangan Hipotesis	11
2.2.1 Hubungan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan	11
2.2.2 Hubungan harga terhadap kepuasan pelanggan	12

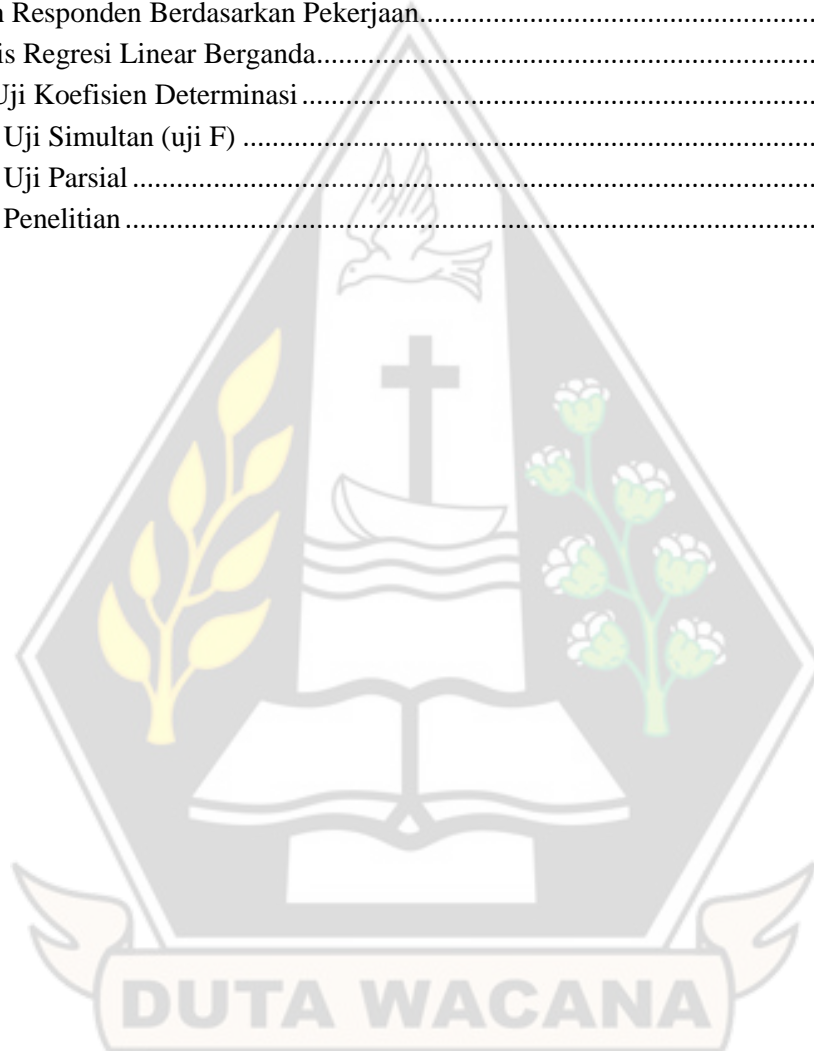
2.2.3	Hubungan citra merek terhadap kepuasan pelanggan.....	13
2.3	Kerangka Pemikiran	13
BAB III	14
METODELOGI PENELITIAN	14
3.1	Metode Penelitian	14
3.1.1	Pengumpulan Data.....	14
3.2	Instrumen Penelitian.....	16
3.2.1	Definisi Operasional	16
3.2.2	Kuesioner Penelitian	18
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data	19
3.3	Alat Analisis	19
3.3.1	Uji Validitas	19
3.3.2	Uji Reliabilitas.....	20
3.3.3	Regresi Linier Berganda	21
3.3.4	Uji Hipotesis	22
BAB IV	24
HASIL DAN PEMBAHASAN	24
3.1	Sampel Penelitian	24
3.1.1	Uji Validitas	25
3.1.2	Uji Reliabilitas.....	27
3.2	Statistik Deskriptif.....	29
3.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
3.2.2	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	29
3.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda	30
3.3	Uji Hipotesis	32
3.3.1	Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	32
3.3.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	33
3.3.3	Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	34
3.4	Pembahasan.....	36
BAB V	40
PENUTUP	40
5.1	Kesimpulan.....	40

5.1.1 Analisis Deskriptif Profil Responden	40
5.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda	40
5.1.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	40
5.1.4 Analisis Uji Simultan (Uji F)	41
5.1.5 Analisis Uji Parsial (Uji t)	41
5.2 Keterbatasan Penelitian	42
5.3 Saran - Saran	42
5.3.1 Saran untuk perusahaan	42
5.3.2 Saran untuk peneliti lanjutan.....	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	48



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional	16
Tabel 4. 1 Uji Validitas	25
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	27
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga	27
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas Variabel Citra Merek.....	28
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	28
Tabel 4. 6 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4. 7 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	29
Tabel 4. 8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	30
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	32
Tabel 4. 10 Hasil Uji Simultan (uji F)	33
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial	34
Tabel 4. 12 Hasil Penelitian	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	48
Lampiran 2 Data Rekapitan Responden.....	52
Lampiran 3 Olah Data SPSS	76
Lampiran 4 Diagram hasil kuesioner google from	87
Lampiran 5 Kartu Konsultasi	98
Lampiran 6 Lembar Revisi Ujian Pendarasan.....	100
Lampiran 7 Formulir Revisi Judul	101
Lampiran 8 Halaman Persetujuan.....	102



PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BAKPIA KUKUS TUGU JOGJA

Erlina Nainggolan

11180554

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Email: erlinaNainggolan08@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja. Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan melibatkan 100 responden. Responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sudah pernah membeli produk Bakpia Kukus Tugu Jogja dan bertempat tinggal atau berdomisili di Yogyakarta. Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner. Kuesioner diuji dengan menggunakan analisis regresi linear berganda yaitu uji simultan (F), uji parsial (t), uji signifikansi, dan koefisien determinasi (R^2) yang didahului dengan uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan uji reabilitas. Hasil yang ditemukan berupa kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan persepsi harga merupakan variabel yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan.*

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERSEPTION, AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION OF BAKPIA KUKUS TUGU JOGJA

Erlina Nainggolan

11180554

Management Department Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

Email: erlinanainggolan08@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of product quality, price perception, and brand image on customer satisfaction of Bakpia Kukus Tugu Jogja. This research was conducted in the Special Region of Yogyakarta involving 100 respondents. Respondents were selected using a purposive sampling technique with the criteria that they had purchased Bakpia Kukus Tugu Jogja products and resided or domiciled in Yogyakarta. The research instrument used was a questionnaire. The questionnaire was tested using multiple linear regression analysis, namely simultaneous test (F), partial test (t), significance test, and coefficient of determination (R^2) which was preceded by the research instrument test, namely validity test and reliability test. The results found in the form of product quality, price perception, and brand image have a positive and significant influence on customer satisfaction and price perception is the variable that most influences customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Brand Image, Customer Satisfaction.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang dan kecewa yang dialami seseorang setelah melakukan perbandingan antara hasil yang diharapkan dengan kinerja yang sebenarnya (Kotler dan Keller, 2018). Pelanggan yang puas dengan produk diharapkan dapat menggunakannya untuk waktu yang lama. Menurut Ismail (2019) kualitas produk adalah keunggulan suatu produk yang menjelaskan tentang kemampuan suatu produk dalam memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas produk yang telah ditentukan. Jika konsumen ingin kepuasan, maka produk harus berkualitas.

Selain kualitas produk, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh citra merek. Citra merek menurut Rangkuti (2017) adalah gabungan *brand association* di benak konsumen. Pelanggan akan merasa lebih percaya kepada produk yang memiliki citra baik dimerejanya sehingga produk yang diluncurkan akan menarik konsumen untuk menggunakannya. Hal lain yang menjadi dasar penilaian suatu produk ialah persepsi harga. Harga merupakan jumlah uang yang dikeluarkan seseorang untuk mendapatkan nilai sebagai imbalan atas penggunaannya (Kotler & Armstrong, 2018). Harga dari suatu barang harus sesuai dengan nilai yang diberikan agar konsumen tertarik untuk membelinya, jika perusahaan membebaskan harga produk dibawah biayanya, laba akan berkurang. Maka dari itu, strategi penetapan harga yang tepat

adalah strategi yang memberikan nilai kepada pelanggan dan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan yang ingin tetap berjalan dalam jangka waktu yang lama membutuhkan pelanggan yang tetap setia ataupun loyal.

Banyak penulis melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi Go-jek di kota Surabaya. Wijaya & Novi (2021). Dalam penelitian lain juga menyebutkan adanya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada KJKS BTM Doro. Kukuh & Ida (2015). Serta pengaruh *satisfaction* dan *customer trust* pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Sungkono Surabaya, (Junai Al Fian 2016). Berlandaskan uraian diatas, Penulis membuat penelitian di kota yang berbeda serta menambahkan variabel di dalam judul penelitian. Alasan penulis memilih Bakpia Kukus Tugu Jogja sebagai subjek dari judul penelitian karena kue ini kini menjadi salah satu buah tangan populer dari Yogyakarta dan merupakan pionir Bakpia Kukus di Indonesia.

Hubungan kualitas produk, persepsi harga dan citra merek sangat berkaitan erat terhadap kepuasan pelanggan dimana jika semakin tinggi kualitas produk yang diberikan serta adanya penetapan harga yang baik tentu semakin besar rasa puas yang didapat pelanggan. Kepuasan ini kemudian akan menimbulkan loyalitas pelanggan. Jika di lihat dari review yang terdapat di kolom komentar akun resmi instagram @bakpiakukustugujogja tingkat kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja termasuk penulis sendiri sepertinya cukup banyak yang merasa kurang puas pada produk yang diberikan dan harganya yang cukup mahal. Jadi dengan dilakukannya

riset penelitian ini akan sangat membantu perusahaan dalam melakukan peningkatan kualitas produk serta membuat citra yang baik terhadap merek, yang membuat para pelanggan merasa puas terhadap produknya. Untuk itu penelitian ini diberi judul:

**“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap
Kepuasan Pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Ingin mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja.
2. Ingin mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja.

3. Ingin mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengembangan ilmu

Menambah pengetahuan, memperluas wawasan dalam meningkatkan kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja.

1.5 Batasan Penelitian

Didalam penelitian ini penulis melakukan batasan dalam penelitian yaitu:

1. Penelitian hanya sebatas variabel-variabel yang ada pada judul

- a) Kualitas Produk

Menurut Kotler & Armstrong (2018:249) Kualitas produk adalah tolok ukur seberapa baik suatu produk atau layanan memenuhi kepuasan pelanggan.

- b) Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2018:308) Harga adalah berapa banyak nilai tukar yang ditempatkan untuk itu, atau berapa banyak nilai yang diterima pelanggan sebagai imbalannya.

c) Citra Merek

Menurut Rangkuti (2017) *brand image* adalah gabungan asosiasi merek di benak konsumen. Pelanggan akan merasa lebih percaya kepada produk yang memiliki citra baik dimereknnya sehingga produk yang diluncurkan akan menarik konsumen untuk menggunakannya.

d) Kepuasan Pelanggan

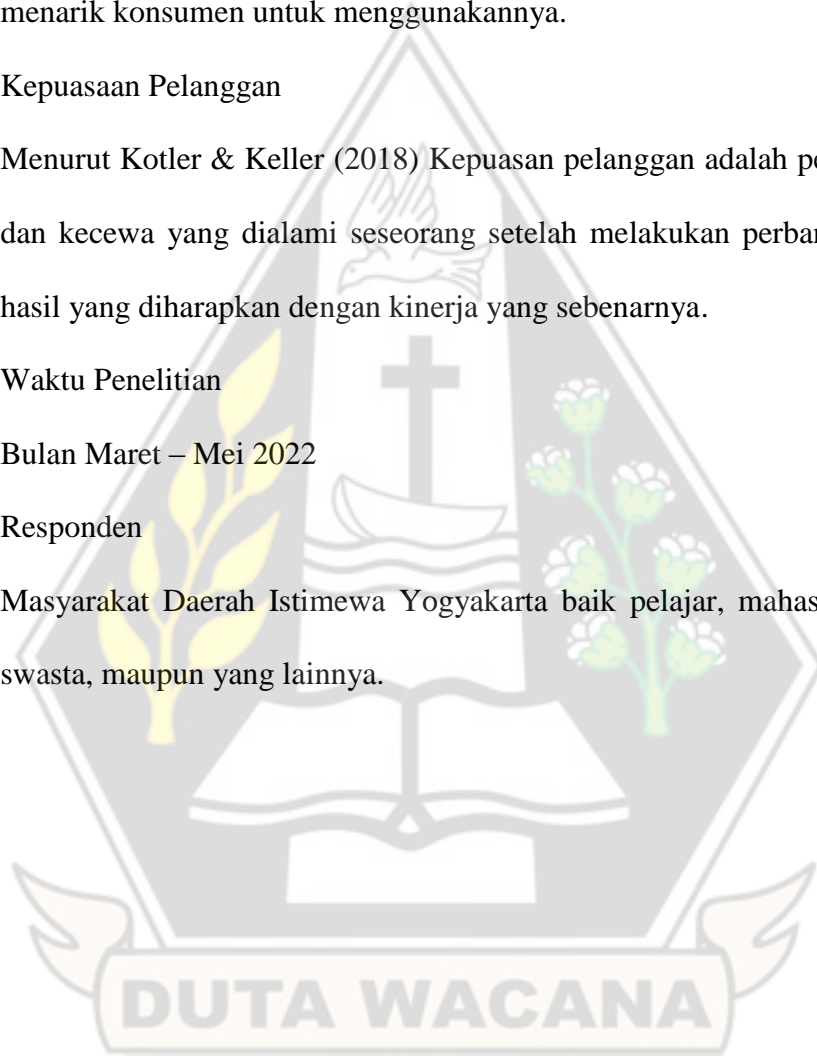
Menurut Kotler & Keller (2018) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang dan kecewa yang dialami seseorang setelah melakukan perbandingan antara hasil yang diharapkan dengan kinerja yang sebenarnya.

e) Waktu Penelitian

Bulan Maret – Mei 2022

f) Responden

Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta baik pelajar, mahasiswa, pegawai swasta, maupun yang lainnya.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Melalui riset ini peneliti dapat menambah wawasan terkait pengaruh variabel kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja. Sampel yang digunakan merupakan masyarakat Yogyakarta yang terdiri dari 100 orang responden.

5.1.1 Analisis Deskriptif Profil Responden

1. Profil responden berlandaskan jenis kelamin dominan diisi oleh responden perempuan yaitu sebanyak 87 orang (87%) dari 100 responden yang ikut berkontribusi dalam pengisian kuesioner penelitian yang telah disebar.
2. Profil responden berlandaskan pekerjaan dominan diisi oleh responden mahasiswa yaitu 69 orang (69%) dari 100 orang responden yang ikut berkontribusi dalam pengisian kuesioner penelitian yang telah disebar.

5.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil persamaan regresi variabel kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja berpengaruh positif dan signifikan.

5.1.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil uji koefisien determinasi variabel kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus

Tugu Jogja yaitu sebesar 60% dan sisanya 40% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

5.1.4 Analisis Uji Simultan (Uji F)

Dari hasil analisis uji F dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja karena memiliki probabilitas 0,000

5.1.5 Analisis Uji Parsial (Uji t)

- a. Kesimpulan dari hasil perbandingan nilai signifikansi dan taraf signifikansi variabel kualitas produk adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka hal ini dapat diartikan bahwa koefisien regresi pada variabel kualitas produk secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja.
- b. Kesimpulan dari hasil perbandingan nilai signifikansi dan taraf signifikansi variabel persepsi harga adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka hal ini dapat diartikan bahwa koefisien regresi pada variabel persepsi harga secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja.
- c. Kesimpulan dari hasil perbandingan nilai signifikansi dan taraf signifikansi variabel citra merek adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka hal ini dapat diartikan bahwa koefisien regresi pada variabel citra merek secara parsial

(individu) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Variabel penelitian yang diteliti terbatas pada kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek sementara masih banyak variabel lain yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain: kualitas layanan dan promosi. Penelitian ini dilakukan dimasa pandemi, sehingga masih sulit dikontrol untuk responden yang mengisi. Untuk penelitian selanjutnya bisa melakukan pengumpulan data secara selektif supaya mendapatkan variasi responden.

5.3 Saran - Saran

5.3.1 Saran untuk perusahaan

Saran yang dapat peneliti berikan untuk perusahaan melalui kesimpulan diatas adalah sebagai berikut ini:

- Variabel kepuasan pelanggan dominan memiliki pengaruh pada loyalitas pelanggan, maka dari itu diperlukan peningkatan nilai akan kepuasan pelanggan.
- Untuk memperoleh *brand image* yang baik dimata para konsumen maka penting bagi sebuah perusahaan untuk selalu meningkatkan nilai citra merek secara berkala dengan melakukan kegiatan-kegiatan seperti promosi agar menarik perhatian konsumen dan akan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk Bakpia Kukus Tugu Jogja.

- Untuk menarik kepuasan pelanggan perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi konsumen melalui persepsi harga mengingat banyaknya pesaing dipasaran. Untuk menjalin hubungan baik antar konsumen dan perusahaan dapat dilakukan dengan mengkomunikasikan persepsi harga agar konsumen mengerti terkait persepsi harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

5.3.2 Saran untuk peneliti lanjutan

Saran yang peneliti berikan untuk peneliti selanjutnya untuk membantu dan melengkapi penelitian agar lebih baik kedepannya yaitu:

- Demi memperoleh kebijakan bagi sebuah perusahaan khususnya Bakpia Kukus Tugu Jogja, maka kedepannya diperlukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, promosi, lokasi yang strategis dan lainnya.
- Penulis berharap, peneliti selanjutnya bisa menggunakan topik Bakpia Kukus Tugu Jogja atau kuliner lokal yang lainnya sebagai objek penelitian berikutnya sebagai pembanding.

DAFTAR PUSTAKA

- Dennisa dkk. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Interesting. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1-13.
- Dewi, P. S. A. dan Suprapti, N. W. S. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan yang dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(2), 87-98.
- Dewi, I. Olivia. Dan Sutanto, M. Eddy. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea di Surabaya. *Agora*, 6(2).
- Familiar, K. & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Jurnal*, 4 (4), 348-354.
- Gofur, Abdul. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 37-44.
- Helmi, Wachid Karunia (2021) "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Innova Pada PT. Arina Parama Jaya". Skripsi, Universitas Muhammadiyah Gresik.

Herliyansyah, Riny. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Skripsi, Universitas Islam Indonesia.

<https://www.karyaone.co.id/blog/loyalitas-pelanggan/#>

Ismail, F. F dan Sudarmadi, Dedy. (2017). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal terhadap Kinerja Karyawan PT. Beton Elemen Persada. *Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi*, 3(1), 1-13.

Karyaone. (2018). *Loyalitas, Pengertian, Indikator dan Cara Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Diakses pada 19 Mei 2020.

Kotler, Philip, and Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip., Armstrong, Gary, and Opresnik Marc Oliver. (2018). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.

Kristianto, A. D. dan Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk, dan Persepsi Harga pada Kepuasan Pelanggan serta dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117-126.

Kusuma, W. & Marlana, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(2), 1174-1180.

- Muzammil dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia di Banda Aceh dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 8(3), 104-133.
- Nadra, Nyimas. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang*. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Palembang, 2017).
- Nasution, L. Masnidar. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 49-55.
- Sudjatmika, F. Vania. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia. *Agora*, 5(1).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo, T. Widiawara. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1-15.

Wattimena, C, Nathanael. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dalam Membentuk Loyalitas Konsumen Go-ride*. Skripsi, Universitas Sanata Dharma.

Wibisono, A. P., Widjajani, S. dan Budiyanto. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Volatilitas*, 2(4), 1-13.

Zaputera, H., Amri, dan Radiansyah, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen yang berdampak pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 5(2), 34-52.

