

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN FASHION THRIFTING
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN DI TOKO THRIFTING SCB KOTA
BEKASI)**

SKRIPSI

Oleh:

Fajar Dwi Cahyo

201510325265



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap
Kepuasan Pelanggan Fashion Thrifting (Studi
Kasus Pada Pelanggan Di Toko Thrifting SCB
Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Fajar Dwi Cahyo

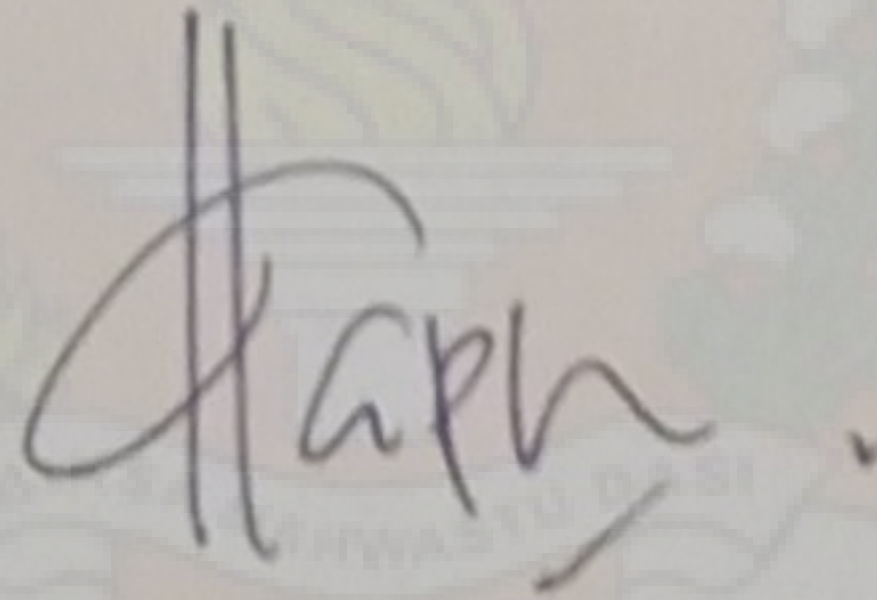
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325265

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 Januari 2023

Jakarta, 27 Januari 2023

Menyetujui,
Pembimbing



Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN: 0329048302

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap
Kepuasan Pelanggan Fashion Thrifting (Studi
Kasus Pada Pelanggan Di Toko Thrifting SCB
Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Fajar Dwi Cahyo

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325265

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 Januari 2023

Jakarta, 27 Januari 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Choiroel Woestho, S.E., M.E

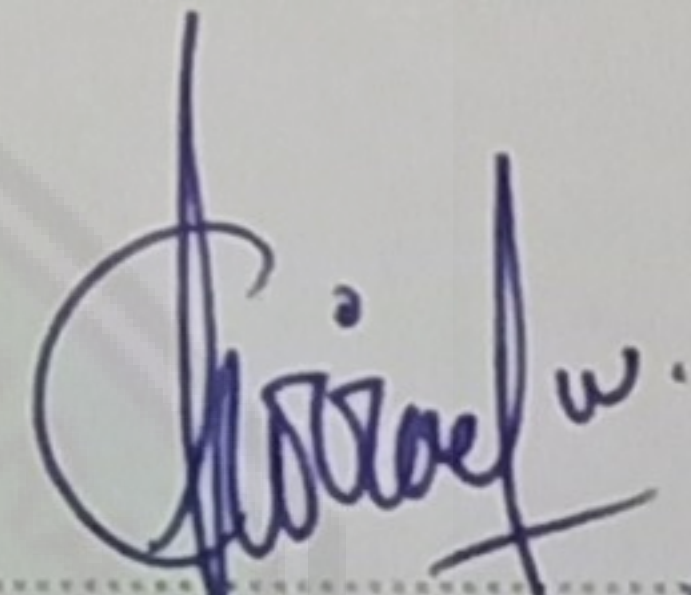
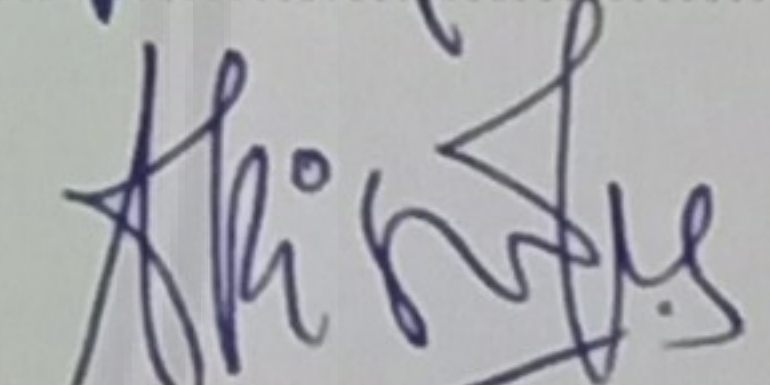
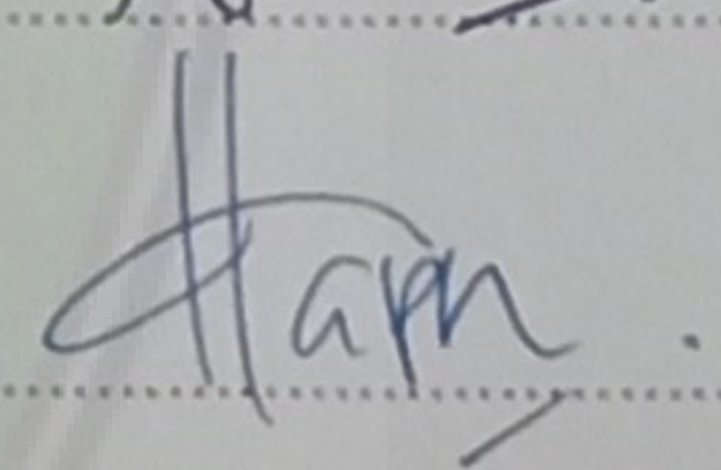
NIDN : 0325068506

Penguji I : Ari Sulistyowati, S.E., M.M

NIDN : 0331078303

Penguji II : Dr. Hadita, S.Pd., M.M

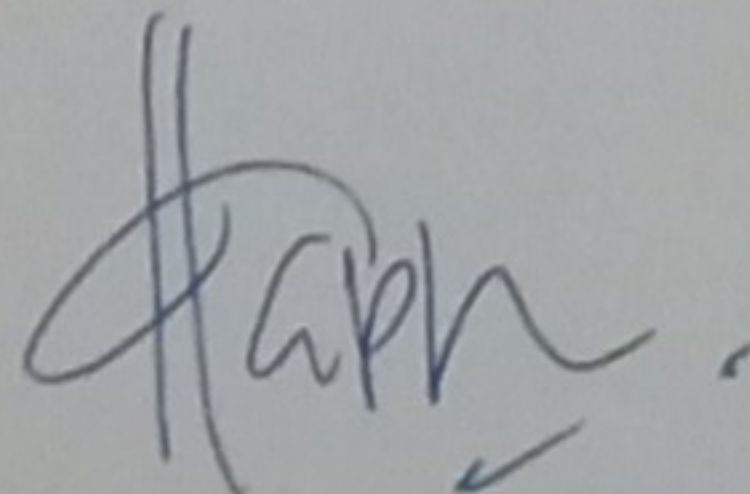
NIDN : 0329048302


.....

.....

.....

MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Manajemen

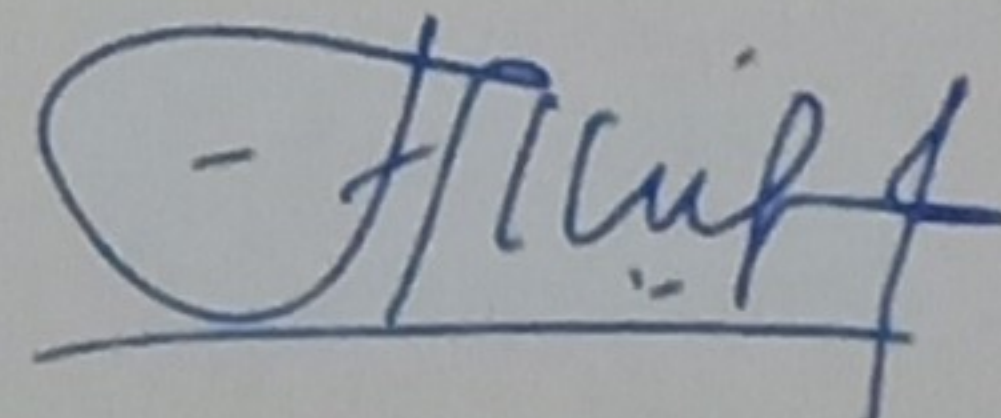


Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN : 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Fashion Thrifting (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Toko Thrifting SCB Kota Bekasi)" ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sesuai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 27 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,




Fajar Dwi Cahyo

NPM: 201510325265

ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Fashion Thrifting (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Toko Thrifting SCB Kota Bekasi)

Citra Merek dan Harga memiliki hubungan linear dengan Kepuasan Pelanggan. Selain itu, semakin baik citra merek yang diberikan pada pelanggan maka semakin kuat pula rasa kepuasan pelanggan untuk tetap loyal atau setia terhadap produk yang dibelinya sehingga hal tersebut dapat mengantarkan sebuah perusahaan untuk tetap mendapatkan keuntungan dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Toko Thrifting SCB Kota Bekasi). Desain penelitian ini yaitu menggunakan aplikasi SPSS. Adapun jumlah sampel sebanyak 85 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan Citra Merek dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : *Citra Merek, Harga, Kepuasan Pelanggan*

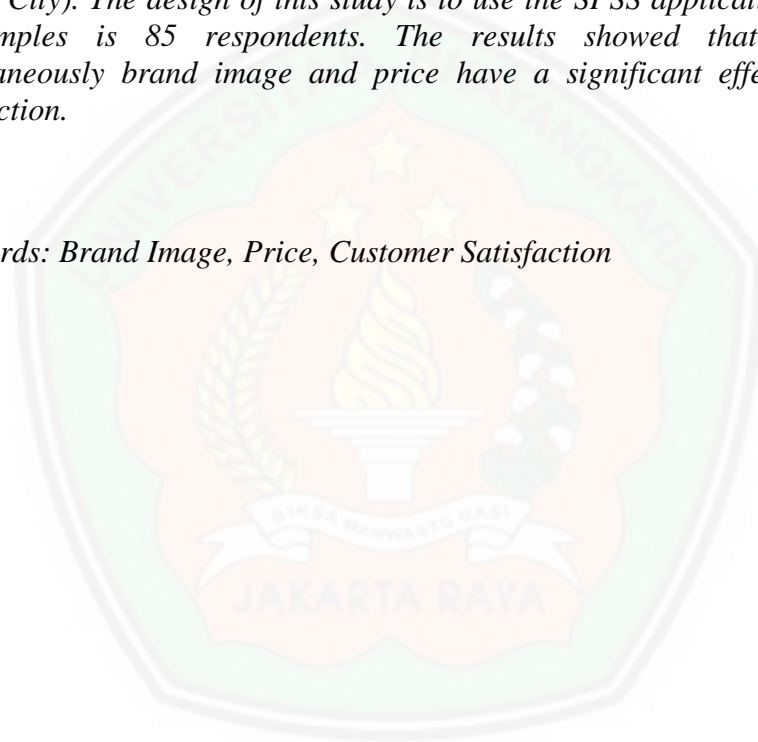


ABSTRACT

The Influence of Brand Image and Price on Fashion Thrifting Customer Satisfaction (Case Study on Customers at SCB Thrifting Shop, Bekasi City)

Brand Image and Price have a linear relationship with Customer Satisfaction. In addition, the better the brand image given to customers, the stronger the customer's sense of satisfaction to remain loyal or loyal to the products they buy so that this can lead a company to continue to benefit from time to time. Therefore, this study aims to determine the effect of brand image and price on customer satisfaction (Case Study on Customers at Thrifting Stores SCB Bekasi City). The design of this study is to use the SPSS application. The number of samples is 85 respondents. The results showed that partially and simultaneously brand image and price have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Brand Image, Price, Customer Satisfaction





KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Karena berkat melimpahkan rahmatnya dan karuninya sehingga Penulis bisa menyelesaikan skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini Penulis banyak mendapatkan saran, dorongan, bimbingan dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat membukakan mata Penulis bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah guru terbaik bagi Penulis. Oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankanlah Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Irjen. Pol. (purn) Dr, Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, S.E., M.S.AK selaku dekan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan selaku dosen pembimbing, terimakasih karena sudah membimbing saya dengan sebaik-baiknya.
4. Bapak Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom, MBA selaku pembimbing akademik yang telah sabar menuntun dan membimbing dengan sebaik-baiknya.
5. (Alm) Timbul Prianto, S.Sos., M.Si selaku ayah saya dan (Alm) Marjanah selaku ibu saya serta Keluarga yang selalu mendoakan dan support selama proses penyusunan proposal skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman kelas B3-Manajemen yang sedang berjuang bersamasama untuk menyelesaikan proposal skripsi, terimakasih untuk bantuan dan support nya. Besar harapan proposal skripsi ini dapat memberi kontribusi yang positif serta manfaat, khususnya bagi Penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca.

Jakarta, 27 Januari 2023

Fajar Dwi Cahyo



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Rumusan Masalah.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Citra Merek.....	9
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek	9
2.1.1.2 Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek	10
2.1.1.3 Dinensi Citra Merek.....	10
2.1.1.4 Indikator Pembentuk Citra Merek.....	11

2.1.2	Harga.....	12
2.1.2.1	Pengertian Harga	12
2.1.2.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga .	13
2.1.2.3	Metode Penetapan Harga.....	13
2.1.2.4	Indikator Harga	14
2.1.3	Kepuasan Pelanggan	15
2.1.3.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	15
2.1.3.2	Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan	16
2.1.3.3	Dimensi Kepuasan Konsumen	17
2.1.3.4	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2	Penelitian Terdahulu.....	18
2.3	Kerangka Berpikir	25
2.4	Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Desain Penelitian	27
3.2	Tahapan Penelitian.....	27
3.3	Model Konseptual.....	28
3.4	Defini Oprasional Variable Dan Sample Instrumen Penelitian	29
3.4.1	Instrumen Penelitian Citra Merk.....	29
3.4.2	Instrumen Penelitian Harga.....	30
3.4.3	Ibstrumen Penelitian Kepuasan Pelanggan.....	30
3.5	Metode Pengambilan Sampel	31
3.6	Teknik Pengumpulan Data	31
3.7	Skala Pengukuran	32
3.8	Metode Analisis Data	32

3.8.1	Statistik Deskriptif Responden.....	33
3.9	Uji Instrumen Penelitian.....	33
3.9.1	Uji Validasi.....	33
3.9.2	Uji Releabilitas	34
3.10	Uji Asumsi Klasik	35
3.10.1	Uji Normalitas	35
3.10.2	Uji Autokorelasi	35
3.10.3	Uji Multikolineritas	36
3.10.4	Uji Heteroskedastisias	36
3.10.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.11	Uji Hipotesis	37
3.12	Uji T (Uji Parsial).....	39
3.13	Uji F (Simultan).....	39
3.14	Koefisien Determinasi (R^2)	39
	BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitan.....	41
4.1.1	Gambaran Umum Thrifting Scb Kota Bekasi.....	41
4.2	Hasil Analisis Deskriptif Responden.....	42
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	44
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	44
4.3.1	Hasil Uji Validitas	44
4.3.2	Hasil Uji Releabilitas.....	46
4.4	Uji Asumsi Klasik	47

4.4.1 Uji Normalitas.....	47
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	49
4.4.3 Uji Heteroskedastisias.....	49
4.5 Analisa Regresi Linier Sederhana	50
4.5.1 Uji Regresi Linier Sederhana Citra Merek (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	50
4.5.2 Uji Regresi Linier Sederhana Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	51
4.6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
4.7 Uji Hipotesis.....	53
4.7.1 Uji T (Uji Parsial)	53
4.7.2 Uji F (Simultan).....	54
4.8 Koefisien Determinasi (R2).....	55
4.9 Pembahasan	55
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Implikasi Manajerial.....	60
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Skala Likert.....	32
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Citra Merek (X1).....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Harga (X2).....	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Kepuasan Pelanggan (Y).....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibitas.....	47
Tabel 4.8 One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.10 Regresi Linear Sederhana.....	50
Tabel 4.11 Regresi Linear Sederhana X2 Terhadap Y.....	51
Tabel 4.12 Regresi Linear Berganda X1 dan X2 Terhadap Y.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji T Variabel Citra Merek (X1) dan Harga (X2).....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	55



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Diagram Peningkatan Thrift Shop Online.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	25
Gambar 3.1 Model Konseptual.....	28
Gambar 4.1 Akun Instagram SCB (Second Bekasi).....	42
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Normalitas Data-P Plot.....	48
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteoroskedastis.....	50



