

**ANALISIS RASIO KEUANGAN TERHADAP  
RETURN SAHAM**

**PERUSAHAAN SUB SEKTOR OTOMOTIF YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2011  
HINGGA 2018**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Kevin Adhesta**

**201510325276**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA 2019**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap  
Kepuasan Konsumen Sophie Paris pada Mahasiswi di  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Nama mahasiswa : Nia Jumiar Tasih

Program Pokok Mahasiswa : 201510325275

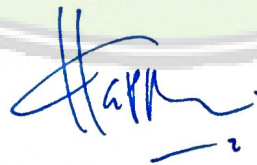
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2019

Jakarta, 31 Juli 2019

MENYETUJUI

Pembimbing



Hadita, S.Pd., MM

NIDN : 0329048302

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap  
Kepuasan Konsumen Sophie Paris Pada Mahasiswi Di  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Nama mahasiswa : Nia Jumiari Tasih

Program Pokok Mahasiswa : 201510325275

Program Studi / fakultas : Manajemen / Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2019

Jakarta, 31 Juli 2019

MENGESAHKAN

Ketua Tim penguji : Dr. Anton Wachidin Widjaja, S.E., M.M

NIDN 0311116501

Penguji I : Agus Dharmanto, S.E., M.M

NIDN 0305087310

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

NIDN 0329048302

MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Manajemen



M. Fadhli Nursal S.E., M.M

NIDN 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Sugeng Suroso, S.E., MM

NIDN 0316066201

ii

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Sophie Paris Pada Mahasiswi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya**”. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Namun, peneliti menyadari tanpa dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, maka peniliti Skripsi ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat.

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Dr. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhyangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr.Sugeng Suroso, S.E.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal, S.E. M.M selaku ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Hadita, S.pd .,MM selaku dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peniliti dalam penyusunan Skripsi.
5. Dr. Rorim Panday, M.M, M.T selaku Pembimbing Akademik
6. Orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan, memberi motivasi dan semangat yang tiada hentinya.
7. Dan teman-teman Ekonomi Manajemen angkata 2015/2016 yang berjuang dengan peniliti selama 4 tahun ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satupersatu secara langsung, yang telah memberikan bantuannya kepada peniliti hingga terselesaikannya Skripsi ini.

Akhir kata semoga Skripsi ini dapat mencapai maksud dan tujuan yang diinginkan dan dapat menambah pengetahuan dan manfaat bagi pembaca.

Bekasi, Juli 2019

Penulis

Nia Jumiar Tasih



## ABSTRAK

Nia Jumiari Tasih, 201510325275. Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Sophie Paris pada Mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan uji-T dan uji-F dengan tingkat signifikansi 5%. Populasi yang diambil 110 dan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu simple random sampling teknik yang paling sederhana karena bisa mengambil sampel secara acak. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan analisis linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji-T, variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen nilai T-hitung sebesar 1,982 maka ada pengaruh signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis diterima. Uji T variabel *brand image* terhadap kepuasan konsumen ini nilai T-hitung sebesar 3.555 lebih besar dari T-tabel 1,982 maka ada pengaruh signifikan variabel *brand image* terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis diterima. Dan uji-F variabel kualitas produk dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen sebesar 21.138 lebih besar dari F-tabel 4.81 maka hipotesis diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen Sophie Paris pada Mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dan *brand image* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen

**Kata kunci : Kualitas produk, *Brand image*, Kepuasan konsumen**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Kepuasan konsumen Sophie Paris pada Mahasiswi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.**

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan Karya Ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan-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.

Bekasi, Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



Nia Jumiari Tasih

201510325275

## ABSTRACT

*Nia Jumiari Tasih, 201510325275. Effects of Product Quality and Brand Image on Sophie Paris Consumer Satisfaction at Student in Bhayangkara University, Greater Jakarta.*

*This study aims to determine the effect of product quality and brand image on customer satisfaction. This research is quantitative by using T-test and F-test with a significant level of 5%. The population taken 110 and using the sampling technique that is simple random sampling is the simplest technique because it can take samples randomly. This research is quantitative by using multiple linear analysis and hypothesis testing using the T-test, product quality variable on customer satisfaction T-count value is 1.982, there is a significant effect of product quality variables on customer satisfaction so the hypothesis is accepted. The T test brand image variable on customer satisfaction is the T-count value of 3.555 greater than the T-table of 1.982 so there is a significant effect of the brand image variable on consumer satisfaction so that the hypothesis is accepted. And the F-test of product quality variables and brand image of consumer satisfaction is 21,138 greater than F-table 4.81, the hypothesis is accepted. The results showed that product quality had a significant and positive effect on Sophie Paris consumer satisfaction with female students at Bhayangkara University, Greater Jakarta. And brand image has a significant and positive effect on customer satisfaction*

*Keywords: Product quality, Brand image, Consumer satisfaction*



## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>                    | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                                | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINIL.....</b>                        | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</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>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                 | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                               | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                     | 5           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                    | 5           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                   | 5           |
| 1.5 Batasan Masalah.....                                      | 6           |
| 1.6 Sistematika Penulisan.....                                | 6           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                           | <b>8</b>    |
| 2.1 Landasan Teori.....                                       | 8           |
| 2.2.1 Pengertian Pemasaran.....                               | 8           |
| 2.2 Kepuasan Konsumen.....                                    | 9           |
| 2.2.1 Indikator Kepuasan Konsumen.....                        | 10          |
| 2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ..... | 11          |
| 2.3 Kualitas Produk .....                                     | 12          |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.3.1 Indikator kualitas produk.....                           | 13        |
| 2.4 <i>Brand Image</i> .....                                   | 15        |
| 2.4.1 Indikator <i>brand image</i> .....                       | 16        |
| 2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>brand image</i> ..... | 16        |
| 2.5 Penelitian Terdahulu.....                                  | 17        |
| 2.6 Kerangka Berpikir.....                                     | 21        |
| 2.7 Hipotesis.....   | 21        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                      | <b>23</b> |
| 3.1 Desain Penelitian.....                                     | 23        |
| 3.2 Tahapan Penelitian.....                                    | 23        |
| 3.3 Model Konseptual Penelitian.....                           | 24        |
| 3.4 Operasional Variabel.....                                  | 26        |
| 3.5 Waktu dan Tempat Penelitian.....                           | 28        |
| 3.5.1 Waktu penelitian.....                                    | 28        |
| 3.5.2 Tempat Penelitian.....                                   | 28        |
| 3.6 Metode Pengambilan Populasi dan Sampel.....                | 28        |
| 3.6.3 Populasi.....  | 28        |
| 3.6.4 Sampel.....  | 28        |
| 3.7 Metode Analisis Data.....                                  | 29        |
| 3.7.1 Uji Validitas.....                                       | 29        |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas.....                                    | 30        |
| 3.7.3 Uji Deskriptif.....                                      | 30        |
| 3.8 Uji Asumsi Klasik.....                                     | 30        |
| 3.8.1 Uji Normalitas.....                                      | 30        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.8.2 Uji Multikolinieritas.....                           | 30        |
| 3.8.3 Uji Autokorelasi.....                                | 31        |
| 3.8.4 Uji Heteroskedastisitas .....                        | 31        |
| 3.9 Uji Regresi Linier Berganda.....                       | 32        |
| 3.10 Uji Hipotesis.....                                    | 33        |
| 3.10.1 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....   | 33        |
| 3.10.2 Uji Kelayakan (Uji F) .....                         | 33        |
| 3.10.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....      | 34        |
| <b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>                | <b>35</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Tentang Objek Penelitian .....           | 35        |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Shopie Paris .....                   | 35        |
| 4.1.2 Visi dan Misi Shopie Paris .....                     | 36        |
| 4.1.3 Struktur Jaringan Bisns Sophie Paris.....            | 36        |
| 4.2 Deskripsi Data .....                                   | 37        |
| 4.2.1 Penyebaran Kuesioner.....                            | 37        |
| 4.2.2 Identitas Responden.....                             | 37        |
| 4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....     | 38        |
| 4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan ..... | 39        |
| 4.2.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas ..... | 40        |
| 4.3 Analisis Data .....                                    | 41        |
| 4.3.1 Hasil Uji Kuesioner .....                            | 41        |
| 4.3.3.1 Uji Validitas.....                                 | 41        |
| 4.3.3.2 Uji Reliabilitas .....                             | 43        |
| 4.3.3.3 Statistik Deskriptif.....                          | 45        |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.4 Uji Asumsi Klasik .....  | 46        |
| 4.4.1 Uji Normalitas .....   | 46        |
| 4.4.2 Uji multikolinearitas .....  | 47        |
| 4.4.3 Uji Autokorelasi.....  | 48        |
| 4.4.4 Uji Heteroskedastisitas .....  | 49        |
| 4.5 Analisis Regresi Berganda .....  | 50        |
| 4.6 Hasil Uji Hipotesis .....  | 51        |
| 4.6.1 Uji Koefisien Secara Parsial (Uji T).....  | 51        |
| 4.6.2 Uji Kelayakan (Uji F) .....  | 53        |
| 4.6.3 Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....   | 60        |
| 4.7 Hasil Pembahasan.....  | 53        |
| 4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....                        | 54        |
| 4.7.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....                      | 54        |
| 4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen ..... | 55        |
| 4.7.4 Hambatan Penelitian.....   | 56        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>   | <b>57</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 57        |
| 5.2 Implikasi dan Manajerial.....  | 58        |

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....                           | 21 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....                  | 32 |
| Tabel 4.1 Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner .....           | 44 |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....                     | 45 |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Angkatan .....                | 46 |
| Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Fakultas.....                 | 49 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....       | 49 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X2).....    | 49 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....      | 49 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1).....    | 50 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i> (X2)..... | 51 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y) ..... | 51 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....                | 52 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....                          | 53 |
| Tabel 4.13 hasil Uji Multikolinearitas .....                  | 54 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi .....                       | 55 |
| Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Berganda.....               | 57 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji T.....                                   | 56 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Simultan.....                           | 50 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi.....                         | 50 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Grafik.....                              | 2  |
| Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....                   | 26 |
| Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian.....         | 29 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....                 | 43 |
| Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....     | 45 |
| Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Angkatan..... | 46 |
| Gambar 4.4 Data Responden Berdasarkan Fakultas..... | 47 |
| Gambar 4.5 Hasil Analisis Heteroskedastisitas.....  | 49 |



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner

Lampiran 2 hasil uji

Lampiran 3 tabulasi

Lampiran 4 sertifikat

