

**Pengaruh Harga dan *Brand Image* terhadap Loyalitas
Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel
Intervening
(Studi kasus: Toko Hammer di kota Padang)**

SKRIPSI



OLEH:

**AGUNG S PRAYETNO
1610011211037**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2021**

**PENGARUH HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi kasus: Toko Hammer di kota Padang)**

Agung S Prayetno¹. Reni Yuliviona S.E., M.M².Lindawati, S.E., M.Si³
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta
E-mail:

ABSTRAK

Penelitian ini menguji hubungan antara pengaruh Pengaruh Harga Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus: Toko Hammer di kota Padang). Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis. 1) Harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko Hammer di kota Padang. 2) *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko Hammer di kota Padang. 3) Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada toko Hammer di kota Padang. 4) *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko Hammer di kota Padang. 5) Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko Hammer di kota Padang. 6) Kepuasan sebagai pemediasi antara Harga terhadap loyalitas berpengaruh positif pada pelanggan toko Hammer di kota Padang. 6) Kepuasan sebagai pemediasi antara *Brand Image* terhadap loyalitas tidak berpengaruh. Walau berhubungan positif dengan loyalitas pada pelanggan toko Hammer di kota Padang. Hipotesis yang paling dominan yaitu H3, pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, hal ini ditandai dengan adanya nilai T-statistik paling tinggi yaitu sebesar 8.462 dan P values 0.000.

Kata kunci : Harga, Brand Image, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

THE INFLUENCE OF PRICE AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE(Case study: Hammer shop in Padang city)

Agung S Prayetno¹. Reni Yuliviona S.E., M.M². Lindawati, S.E., M.Si³
Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta
University
Email:

ABSTRACT

This study examines the relationship between the effect of price and brand image on customer loyalty and customer satisfaction as an intervening variable (case study: Hammer shop in Padang city). The number of samples in this study was 100 respondents. This study uses purposive sampling method is a technique of determining the sample with certain considerations. The results showed that the hypothesis. 1) Price has no effect on customer loyalty at the Hammer store in the city of Padang. 2) Brand Image has no effect on customer satisfaction at the Hammer store in the city of Padang. 3) Price has a positive effect on customer satisfaction at the Hammer store in the city of Padang. 4) Brand Image has no effect on customer loyalty at the Hammer store in the city of Padang. 5) Customer satisfaction has no effect on customer loyalty at the Hammer store in the city of Padang. 6) Satisfaction as a mediator between price and loyalty has a positive effect on Hammer shop customers in the city of Padang. 6) Satisfaction as a mediator between Brand Image and loyalty has no effect. Although it is positively related to loyalty to Hammer store customers in the city of Padang. The most dominant hypothesis is H3, the effect of price on customer satisfaction, this is indicated by the presence of the highest T-statistical value of 8,462 and P values of 0.000.

Keywords: Price, Brand Image, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Agung S Prayetno
NPM : 1610011211037
Program Study : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus : Toko Hammer di Kota Padang)

Telah disetujui skripsinya dengan sesuai prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari Senin, 16 Agustus 2021.

Pembimbing)


Reni Yuliviona, S.E., MM

Disetujui oleh,
PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



Dr. Hidayat, S.T., M.T., IPM

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Agung S Prayetno
NPM : 1610011211037
Program Study : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus : Toko Hammer di Kota Padang)

Telah disetujui skripsinya dengan sesuai prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Senin, 16 Agustus 2021**.

Pembimbing 2



Linda Wati, S.E., M.Si

Disetujui oleh,
PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



Dr. Hidayat, S.T., M.T., IPM



**YAYASAN PENDIDIKAN BUNG HATTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agung S Prayetno
NPM : 1610011211037
No Hp. : 082375067858
Alamat : Bulaan, Lubuk Basung
Alamat Orang Tua : Bulaan, Lubuk Basung

Dengan ini membuat pernyataan bahwa:

1. Skripsi yang saya buat ini asli, tidak dijiplak/dicontoh dari Skripsi atau Karya Tulis orang lain.
2. LJS atau Nilai Akademik saya asli dan tidak dipalsukan.
3. Telah menyelesaikan semua Mata Kuliah.
4. Telah menyelesaikan semua biaya administrasi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, apabila dikemudian hari ada kekeliruan pada pernyataan yang saya buat ini, maka saya **bersedia menerima sanksi berupa pembatan Ujian Skripsi.**

Padang, 12 Agustus 2021

Yang Menyatakan


(Agung S Prayetno)
NPM. 1610011211037

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	XX
PERNYATAAN.....	XX
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	XX
HALAMAN KATA PENGANTAR	XX
ABSTRAK.....	XX
ABSTRACT.....	XX
HALAMAN DAFTAR ISI.....	XX
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	XX
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	XX
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelilitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Loyalitas	7
2.1.1 Pengertian Loyalitas.....	7
2.1.2 Konsep Loyalitas.....	7
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	9
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	9
2.2.2 Konsep Pengukuran tingkat Kepuasan Pelanggan.....	10
2.3 Harga.....	11
2.3.1 Pengertian Harga.....	11
2.3.2 Peranan Harga.....	12
2.4 Citra Merek.....	12
2.4.1Pengertian Citra Merek.....	12
2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Citra Merek.....	13
2.5 Pengembangan Hipotesis	14
2.5.1 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	14
2.5.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	15
2.5.3 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	16

2.5.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	17
2.5.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	18
2.5.6 Kepuasan Pelanggan memediasi hubungan antara Harga dan Loyalitas Pelanggan.....	19
2.5.7 2.5.6Kepuasan Pelanggan memediasi hubungan antara Brand Image dan Loyalitas Pelanggan.....	20
2.6 Kerangka Konseptual.....	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel.....	22
3.2.1 Teknik Pengambilan Sampel.....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.3.1 Jenis Data.....	23
3.3.2 Sumber Data.....	23
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.4 Defenisi Operasional Variabel.....	24
3.4.1 Variabel Independen (X).....	24
3.4.2 Variabel Dependen (Y).....	25
3.4.2 Variabel Intervening (I).....	25
3.5 Skala Pengukuran Instrumen.....	26
3.6 Metode Analisa Data.....	27
3.6.1 Analisis Deskriptif	27
3.6.2 Analisi Inferensial.....	28
3.6.2.1 Model Pengukuran Data (Inner Model)	28
3.6.2.2 Pengujian Mode Struktural.....	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	30
4.1.1 <i>Respons Rate</i>	30
4.1.2 Karakteristik Responden.....	31
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	32
4.1.3.1 Loyalitas Pelanggan.....	32
4.1.3.2 Kepuasan Pelanggan.....	33
4.1.3.3 Harga.....	34

4.1.3.4 <i>Brand Image</i>	35
4.1.4 <i>Measurement Model Assessment</i>	36
4.1.4.1 <i>Convergent Validity</i>	44
4.1.4.2 <i>Discriminant Validity</i>	37
4.1.5 Pengujian Model Struktural.....	38
4.1.5.1 <i>R square Dan Q square</i>	41
4.1.6 <i>Structural Model Assesment</i>	42
4.2 Pembahasan.....	43
4.2.1 Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	43
4.2.2 <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	44
4.2.3 Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	45
4.2.4 <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	45
4.2.5 Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	46
4.2.6 Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
4.2.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi Harga terhadap Loyalitas Konsumen.....	48
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Impilkasi Penelitian.....	51
5.3 Keterbatasan dan Saran.....	52
5.3.1 Keterbatasan Penelitian.....	52
5.3.2 Saran Penelitian.....	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	