

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN *HANDPHONE/SMARTPHONE* SAMSUNG DI  
KOTA YOGYAKARTA  
SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**FEDERICO A DE MARSEL**

**11120015**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN *HANDPHONE/SMARTPHONE* SAMSUNG DI  
KOTA YOGYAKARTA  
SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi

**Disusun Oleh:**

**FEDERICO A DE MARSEL**

**NIM : 11120015**

**Program Studi : Manajemen**

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

**2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

### **PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *HANDPHONE/SMARTPHONE* SAMSUNG DI KOTA YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**FEDERICO A DE MARSEL**

**11120015**

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 23 MAY 2019

Nama Dosen

1. Ambar Kusuma Astuti, SE, M.Si :

(ketua Tim)

2. Jonathan Herdioko, SE., MM :

(Dosen Penguji)

3. Dr. Heru Kristanto

(Dosen Pembimbing/Penguji)

Yogyakarta, 11 JUN 2019

Disahkan oleh:

Delan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN *HANDPHONE/SMARTPHONE* SAMSUNG DI KOTA YOGYAKARTA**

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 sarjana saya.

Yogyakarta, 11 Juni 2019



Federico A De Marsel

11120015

“KEMALASAN ADALAH MUSUH TERBESAR JIWA“  
- ST. BENEDIKTUS DARI NURSIA

“JANGAN KAMU Mencari ketakutanmu melainkan carilah harapan dan mimpimu. Jangan berpikir tentang frustasimu, tapi tentang potensi yang belum terpenuhi. Perhatikan dirimu bukan dengan apa yang telah kamu cona dan gagal, tapi dengan apa masih mungkin bagimu untuk melakukan sesuatu”  
- PAUS YOHANES XXIII

“KETIKA KAMU MELIHAT SALIB, KAMU MEMAHAMI BETAPA YESUS MENCINTAIMU. KETIKA KAMU MEMANDANG HOSTI SUCI, KAMU MEMAHAMI BETAPA YESUS MENCINTAIMU SEKARANG”  
- MOTHER TERESA

© UKDW

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### The Script Present For :

- Tuhan Yesus Kristus
- Papa dan Mama Tercinta
- Keluarga Tercinta
- Teman – Teman Fakultas Bisnis 2012
- Almamaterku Tercinta

©UKDW

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen *Handphone/Smartphone* SAMSUNG di Kota Yogyakarta” ini dengan baik.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar S1 di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih yang tidak berkesudahan dalam kehidupan saya. Di mana penyertaan yang sempurna dari awal perkuliahan hingga selesainya penulisan Skripsi ini, tangan Tuhan selalu menopang.
2. Kedua Orang Tua tercinta saya yaitu Bapa Germanus Marsel dan Mama Herlina Ang yang selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat dan kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah saya dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, M.M. selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D. selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

5. Bapak Dr. Heru Kristanto, S.E, M.T. selaku Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini hingga selesai tepat waktu.
6. Semua keluarga terkasih di kota Timika yang tak pernah berhenti memberikan motivasi dan doa kepada saya.
7. Ketiga adik saya, Jesika Marsel, Aurelia Marsel, dan Yusup Pattikawa yang selalu memberi motivasi dan semangat selama proses pembuatan skripsi.
8. Pacar saya Prasy Julianti yang selalu memberi semangat dan doa selama proses pembuatan skripsi.
9. Teman-teman Manajemen 2012 beserta Perkam Family 2012 - 2016 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi penyempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna pada umumnya.

Yogyakarta, 11 Juni 2019

Penulis,



Federico A De Marsel

# DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	3
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	3
1.3.2. Manfaat Penelitian .....	3
1.4. Batasan Masalah.....	3
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	5
2.1.1. Strategi Kepuasan Konsumen.....	5
2.2. Citra Merek .....	6

2.3. Kualitas Produk.....	7
2.4. PenelitianTerdahulu.....	9
2.5. Hubungan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	10
2.6. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	11
2.7. Kerangka Penelitian.....	13
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>14</b>
3.1. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	14
3.2. Bentuk Penelitian .....	14
3.3. Jenis Data .....	14
3.4. Data Primer .....	14
3.5. Data Sekunder .....	15
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	15
3.7. Populasi dan Sampel.....	16
3.8. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	18
3.9. Definisi Operasional .....	19
3.10. Metode Analisis Data .....	20
3.10.1. Uji Instrumen Penelitian.....	20
3.10.2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	21
3.10.3. Uji Parsial (Uji t).....	22
3.10.4. Uji Simultan (Uji F).....	23
3.10.5. Koefisien determinasi .....	24
3.11. Penggunaan Handphone/Smartphone .....	24
<b>BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>25</b>
4.1. Hasil Pengumpulan Data.....	25

4.1.1. Analisis	
Deskriptif.....	25
4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	27
4.3. Pengujian Hipotesis .....	29
4.3.1. Analisis Regresi Berganda .....	29
4.4. Uji Koefisien Determinasi (R) .....	34
4.5. Pembahasan .....	34
BAB V. PENUTUP.....	36
5.1. Kesimpulan .....	36
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	37
5.3. Saran .....	37
5.3.1. Saran Untuk Universitas .....	37
5.3.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	38
DAFTAR PUSTAKA .....	39
LAMPIRAN.....	41

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Profil Responden.....	27
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas.....	29
Tabel 4.4. Hasil Uji t.....	29
Tabel 4.5. Hasil Uji F.....	32
Tabel 4.6. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ ).....	34

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1.Kerangka Penelitian .....	13

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 KUESIONER.....	41
Lampiran 2 DATA SPSS.....	45
Lampiran 3 KARTU KONSULTASI.....	56
Lampiran 4 FORMULIR REVISI JUDUL SKRIPSI.....	57

©UKDW

# **PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *HANDPHONE/SMARTPHONE* SAMSUNG DI KOTA YOGYAKARTA**

**Federico A De Marsel  
11120015**

Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana  
E-mail: [iko207057@gmail.com](mailto:iko207057@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun secara simultan. Jenis penelitian ini menggunakan asosiatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Pengukuran variabel menggunakan Skala likert. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat di Kota Yogyakarta. Sampel yang diambil oleh peneliti adalah 100 responden.

Berdasarkan hasil uji signifikansi secara parsial (Uji t) variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* Samsung di Kota Yogyakarta, yaitu variabel citra merek memiliki nilai probabilitas sebesar 0,000 dan variabel kualitas produk memiliki nilai probabilitas sebesar 0,001. Berdasarkan hasil uji signifikansi secara simultan (uji F) variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* Samsung di Kota Yogyakarta, dengan nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, yaitu  $0,000 < 0,05$

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

# **THE EFFECT OF BRAND IMAGES AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION HANDPHONE / SMARTPHONE SAMSUNG IN YOGYAKARTA CITY**

**Federico A De Marsel**

**11120015**

School of Business Management Study Program

Duta Wacana Christian University

E-mail: [iko207057@gmail.com](mailto:iko207057@gmail.com)

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of brand image and product quality on customer satisfaction both partially and simultaneously. This type of research uses associative with multiple linear regression analysis methods. Measurement of variables uses the Likert Scaling. The population of this study is the community in the city of Yogyakarta. The sample taken by the researcher was 100 respondents.

Based on the results of partial significance test (t test) variable brand image and product quality have a significant effect on consumer satisfaction Samsung MobilePhones/ Smartphones in the City of Yogyakarta, namely the brand image variable has a probability value of 0,000 and product quality variables have a probability value of 0.001. Based on the results of the simultaneous significance test (F test) the variable brand image and product quality have a significant effect on consumer satisfaction Samsung Mobile Phones/ Smartphones in the City of Yogyakarta, with a probability value smaller than the significance level of 0.05, which is  $0,000 < 0.05$

**Keywords:** Brand Image, Product Quality, and Consumer Satisfaction

# **PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *HANDPHONE/SMARTPHONE* SAMSUNG DI KOTA YOGYAKARTA**

**Federico A De Marsel  
11120015**

Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana  
E-mail: [iko207057@gmail.com](mailto:iko207057@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun secara simultan. Jenis penelitian ini menggunakan asosiatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Pengukuran variabel menggunakan Skala likert. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat di Kota Yogyakarta. Sampel yang diambil oleh peneliti adalah 100 responden.

Berdasarkan hasil uji signifikansi secara parsial (Uji t) variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* Samsung di Kota Yogyakarta, yaitu variabel citra merek memiliki nilai probabilitas sebesar 0,000 dan variabel kualitas produk memiliki nilai probabilitas sebesar 0,001. Berdasarkan hasil uji signifikansi secara simultan (uji F) variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* Samsung di Kota Yogyakarta, dengan nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, yaitu  $0,000 < 0,05$

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

# **THE EFFECT OF BRAND IMAGES AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION HANDPHONE / SMARTPHONE SAMSUNG IN YOGYAKARTA CITY**

**Federico A De Marsel**

**11120015**

School of Business Management Study Program

Duta Wacana Christian University

E-mail: [iko207057@gmail.com](mailto:iko207057@gmail.com)

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of brand image and product quality on customer satisfaction both partially and simultaneously. This type of research uses associative with multiple linear regression analysis methods. Measurement of variables uses the Likert Scaling. The population of this study is the community in the city of Yogyakarta. The sample taken by the researcher was 100 respondents.

Based on the results of partial significance test (t test) variable brand image and product quality have a significant effect on consumer satisfaction Samsung MobilePhones/ Smartphones in the City of Yogyakarta, namely the brand image variable has a probability value of 0,000 and product quality variables have a probability value of 0.001. Based on the results of the simultaneous significance test (F test) the variable brand image and product quality have a significant effect on consumer satisfaction Samsung Mobile Phones/ Smartphones in the City of Yogyakarta, with a probability value smaller than the significance level of 0.05, which is 0,000 < 0.05

**Keywords:** Brand Image, Product Quality, and Consumer Satisfaction

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2002:42) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Pelanggan merasa puas kalau harapan yang mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Pelanggan akan lebih memilih produk yang menurut mereka sesuai dengan harapannya, dan yang tertanam di benak mereka. Menurut Kurniawati, Suharyono dan Kusumawati (2014) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk.

Citra merek menjadi salah satu unsur penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Citra merek menurut Kotler dan Keller (2009:403) adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam di benak konsumennya. Citra (*image*) yang baik di mata konsumen menjadi nilai tambah dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual. Konsumen akan merasa puas ataupun gembira ketika menggunakan produk yang memiliki *image* yang baik dan tertanam di benak mereka.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:272) kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggannya yang dinyatakan atau diimplementasikan. Perusahaan akan berusaha memenuhi kebutuhan konsumennya dengan memberikan keunggulan, ketahanan, dan kemudahan terhadap produk yang dijual. Ketika konsumen merasa bahwa kebutuhan mereka telah terpenuhi, kepuasapun akan tercipta.

Pada era digital saat ini, alat komunikasi dan informasi menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi seluruh lapisan masyarakat. Keberadaan *Handphone* sangat membantu masyarakat dalam melakukan komunikasi satu sama lain. *Handphone* dari tahun ke tahun menunjukkan perkembangan yang sangat besar, dari *Handphone/Smartphone* yang hanya bisa digunakan untuk sms/telephone sekarang sudah bisa digunakan untuk berbagai keperluan lainnya, sebagai misal memperoleh informasi, hiburan, melakukan berbagai bisnis, dll. Perkembangan dari *Handphone* adalah *Smartphone*, di Indonesia terdapat berbagai merek *Smartphone* antara lain: Samsung, Apple, Nokia, Xiomi, dll. Samsung merupakan salah satu perusahaan Elektronik terbesar didunia. Berbagai macam produk sudah dikeluarkan oleh Samsung, dan juga memiliki konsumen yang banyak di Indonesia. Hal ini disebabkan Samsung memiliki citra merek dan kualitas produk yang menjanjikan dan dapat diandalkan, sehingga penjualan produk Samsung setiap tahunnya menjadi salah satu produk terlaris. Samsung dalam menghadapi persaingan dengan para pesaingnya, tidak menawarkan harga yang lebih murah, namun menjual kualitas produk dengan mengedepankan citra merek yang dimilikinya, sehingga memberikan keyakinan kepada konsumennya. Hal inilah yang menjadi ketertarikan peneliti melihat citra merek dan kualitas produk sebagai pemuas konsumen, melebihi pengaruh harga yang murah.

Mendasarkan dari uraian diatas, maka peneliti tertarik menguji dua variable yaitu citra merek dan kualitas produk dalam mempengaruhi kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* merek Samsung. Oleh itu karenanya, peneliti mengambil judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen *Handphone/Smartphone* SAMSUNG di Kota Yogyakarta”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

- 1) Apakah citra merek mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif dan signifikan pada *Handphone/Smartphone* Samsung?
- 2) Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif dan signifikan pada *Handphone/Smartphone* Samsung?

## **1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

- a) Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* Samsung.
- b) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* Samsung.

### **1.3.2. Manfaat penelitian**

- a) Mahasiswa: memberikan pengetahuan terhadap mahasiswa tentang pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* Samsung.
- b) Fakultas Bisnis UKDW: sebagai bahan informasi tentang penerapan teori kepuasan konsumen di Fakultas Bisnis UKDW.

## **1.4. Batasan Masalah**

Agar pembahasan penelitian ini tidak terlalu luas, penelitian ini difokuskan pada :

- a) Variabel yang diteliti adalah Citra Merek dan Kualitas Produk *Handphone/Smartphone* Samsung.
- b) Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan produk *Handphone/Smartphone* Samsung di kota Yogyakarta.

- c) Jumlah responden yang diteliti 100 orang di kota Yogyakarta.
- d) Produk yang diteliti adalah semua varian *Handphone/Smartphone* Samsung di kota Yogyakarta.

©UKDW

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komponen variable citra merek dan kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* Samsung. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang berada di Kota Yogyakarta, dan dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Analisis Karakteristik Responden

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin Laki-Laki dengan jumlah 56 orang (56%).
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah usia 21-24 tahun yaitu sebanyak 37 orang (37%)
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 48 orang (48%)
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pendapatan  $> \text{Rp } 1.000.000$  dan  $\text{Rp } 2.000.000 <$  sebanyak 34 orang (34%)
5. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah lama penggunaan  $< 2$  tahun sebanyak 46 orang (46%)

b. Dari hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* Samsung di Kota Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima.

2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* Samsung di Kota Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,001 < 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis penelitian diterima

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan.

Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Variabel independen yang digunakan hanya citra merek dan kualitas produk.
2. Penelitian ini menyesuaikan kuesioner dengan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Kota Yogyakarta saja dengan responden yang terbatas yaitu 100 orang responden.

## 5.3. Saran

### 5.3.1. Saran berdasarkan hasil penelitian untuk Universitas

Ditinjau dari hasil analisis uji hipotesis dan uji regresi linear berganda (uji t, uji F, uji  $r^2$ ) membuktikan bahwa citra merek dan kualitas produk berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* Samsung di Kota Yogyakarta. Kemudian dapat kita lihat juga dari hasil perhitungan determinasi ( $r^2$ ) yang menyatakan bahwa variabel yang diteliti yaitu citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* Samsung di Kota Yogyakarta sebesar 0,377 (37,7%). Berarti sisanya yaitu sebesar 62,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dari hasil itulah maka saran yang dapat

penulis berikan untuk kedepannya bagi Universitas adalah perlu diadakan penambahan variabel-variabel kepada penelitian, agar lebih produktif dalam melakukan uji hipotesis dan uji regresi linear berganda.

### 5.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik kedepan, yaitu :

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.
2. Pada penelitian yang mendatang diharapkan peneliti melakukan studi terhadap *Handphone/Smartphone* Samsung melalui variable lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena dari hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,377 yang berarti variabilitas variabel dependen (kepuasan konsumen *Handphone/Smartphone* Samsung) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independent (citra merek dan kualitas produk) sebesar 37,7%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 37,7\% = 62,3\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Wilayah dan skala penelitian. Pada penelitian selanjutnya dapat diperbesar dan diperluas, penelitian bisa juga melibatkan responden yang berada selain wilayah Kota Yogyakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akdon dan Riduwan. 2005. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2009. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi 6. Jakarta : Rineka Cipta
- Hair, *et al.* 2006. *Multivariate Data Analysis 6<sup>th</sup> Ed.* New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium,: PT. Prenballindo, Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I: PT. Prenballindo. Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K. L, 2009 *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 Edisi kw 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kurniawati, D., Suharyono, Kusumawati, A. 2014. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 14 No. 2, Sept. <http://administrasibisnis.studentjurnal.ub.ac.id>
- Mowen, *et al.* 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Edisi Kelima, Jakarta : Erlangga.
- Nawawi, H. 1985. *Metode penelitian bidang sosial*. Gadjaja Mada University Press, Yogyakarta.
- Prasetio A. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi pada PT. Tiki Cabang Semarang). *Management Analysis Journal* 1. (4). Agust. <http://unnes.ac.id/sju/index.php/maj>.
- Rahmasari D. 2015. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tas Merek GUESS di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 26, Okt.
- Santoso, S. 2011. *Buku Latihan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*, PT. Gramedia, Jakarta.
- Suryani, T. 2013. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Tjiptono, F. 2003. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta : Andi.

©UKDW