

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PRODUK ROKOK MARLBORO DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

RENDY MARSHEL HALLATU

No. Mahasiswa : 11120078

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PRODUK ROKOK MARLBORO DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

RENDY MARSHEL HALLATU

No. Mahasiswa : 11120078

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PRODUK ROKOK MARLBORO 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 Manajemen

Oleh:

RENDY MARSHEL HALLATU

No. Mahasiswa : 11120078

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PRODUK ROKOK MARLBORO DI KOTA YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

RENDY MARSHEL HALLATU

11120078

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

Tanda Tangan

1. Ambar Kusuma Astuti, SE, M.Si :
(Ketua Tim)



2. Dr. Heru Kristanto :
(Dosen Penguji)



3. Jonathan Herdioko, SE., MM :
(Dosen Pembimbing/Penguji)



Yogyakarta, **10 JUN 2019**

Disahkan Oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PRODUK ROKOK MARLBORO 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 saya.

Yogyakarta, 10 Juni 2019



Rendy Marshel Hallatu

11120078

HALAMAN MOTTO

“ Jabez cried out to the God of Israel, “Oh, that you would bless me and enlarge my territory! Let your hand be with me, and keep me from harm so that I will be free from pain.” And God granted his request. ”

(1 Chronicles 4:10)

“ Yabes berseru kepada Allah Israel, katanya: “Kiranya Engkau memberkati aku berlimpah-limpah dan memperluas daerahku, dan kiranya tangan-Mu menyertai aku, dan melindungi aku dari pada malapetaka, sehingga kesakitan tidak menimpa aku!” Dan Allah mengabulkan permintaannya itu. ”

(1 Tawarikh 4:10)

“Rejoice always. Pray continually. Give thanks in all circumstances; for this is God’s will for you in Christ Jesus.”

(1 Thessalonians 5:16-18)

“Bersukacitalah senantiasa. Tetap berdoa. Mengucap syukurlah dalam segala hal, sebab itulah yang dikehendaki Allah di dalam Kristus Yesus bagi kamu.”

(1 Tesalonika 5 : 16-18)

Jangan Pernah Menunda Pekerjaan

Kerja...Kerja...Kerja

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan penulis untuk:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan kekuatan dan pengharapan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kepada kedua orang tua penulis, yang telah memberikan dukungan moral dan materi.
3. Kepada bapak Jonathan Herdioko, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing, yang selalu dengan sabar menunggu penulis untuk berkonsultasi, memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Kepada Devi Kristina Siregar, yang telah dengan sabar memberikan dukungan dan semangat agar penulis dapat dengan segera menyelesaikan skripsi.
5. Kepada seluruh teman-teman Perkam Family yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Kepada Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama kuliah.
7. Kepada Pak Edy Nugroho yang telah memberikan banyak saran kepada penulis dalam pengolahan data skripsi.
8. Kepada teman-teman manajemen pemasaran yang sama-sama sedang mengambil skripsi dan saling menyemangati dalam mengerjakan skripsi.
9. Dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu – persatu, terima kasih atas support dan doanya.

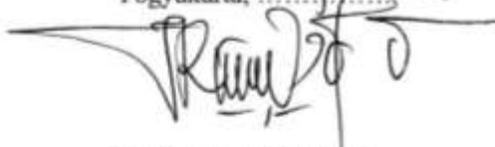
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kebaikan Tuhan Yesus yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PRODUK ROKOK MARLBORO DI KOTA YOGYAKARTA.**

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana (S-1) Fakultas Bisnis Prodi Manajemen, Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis mengalami banyak hambatan. Setiap hari penulis harus memperhitungkan waktu yang tersisa serta target yang harus diselesaikan dalam penyusunan skripsi ini. Hambatan-hambatan tersebut dapat dilalui penulis dengan kekuatan dan pengharapan yang penulis dapatkan dari Tuhan Yesus Kristus. Penulis juga mendapatkan motivasi serta penghiburan dari orang tua yang sangat membantu penulis untuk semakin kuat. Tak lupa juga kekasih yang selalu membantu keperluan penulis dalam menyelesaikan skripsi. Semua masalah memiliki jalan keluar ketika penulis mendapatkan bimbingan, semangat dan motivasi dari dosen pembimbing serta niat untuk mencari referensi penemuan lainnya, hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 10 Juni 2019



Rendy Marshel Hallatu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kontribusi Penelitian	5
1.5. Batasan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Manajemen.....	7
2.2. Pemasaran.....	7
2.3. Kualitas Produk.....	8

2.4. Harga.....	10
2.5. Citra Merek	11
2.6. Kepuasan Pelanggan.....	12
2.7. Penelitian Terdahulu.....	13
2.8. Hipotesis.....	13
2.9. Kerangka Berpikir.....	16

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Sejarah Marlboro.....	17
3.2. Data Penelitian	18
3.3. Pengumpulan Data	19
3.2.1. Populasi.....	19
3.2.2. Sampel.....	19
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	21
3.4.1. Variabel Penelitian	21
3.4.2. Pengukuran Variabel.....	24
3.5 Metode Analisis	
3.5.1. Uji Validitas	25
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	25
3.5.3. Analisis Deskriptif.....	25
3.5.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	27
3.5.5. Koefisien Determinasi.....	27
3.5.6. Uji Signifikansi Pengaruh Secara Simultan (Uji F).....	28

3.5.7. Uji Signifikansi Pengaruh Secara Parsial (Uji t).....	29
--	----

BAB IV HASIL PENELITIAN

4. 1 Deskripsi Objek Penelitian.....	30
4.1.1. Objek Penelitian	30
4.1.2. Analisis Deskriptif.....	30
4. 2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	35
4.2.1. Uji Validitas	35
4.2.2. Reliabilitas.....	37
4.2.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	38
4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
4. 3 Pembahasan.....	45

BAB V PENUTUP

5. 1 Kesimpulan	49
5. 2 Penelitian.....	51
5. 3 Saran.....	51

DAFTAR PUSTAKA	53
-----------------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Peringkat Top Brand Award Rokok 2014.....	1
Tabel 1.2	Top Brand untuk Kategori Rokok Putih.....	2
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.2	Skala Likert.....	24
Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan.....	33
Tabel 4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	34
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.8	Koefisien Determinasi (R^2).....	38
Tabel 4.9	Regresi Linear Berganda.....	39
Tabel 4.10	Uji F.....	41
Tabel 4.11	Uji t.....	43
Tabel 4.12	Tabel Hasil Penelitian.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Preverensi Konsumsi Tembakau pada Penduduk > 15 Tahun.....	3
Gambar 1.2 Trend Usia Mulai Merokok.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	16

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Ijin Penelitian	55
2. Kuesioner Penelitian.....	56
3. Rekap Profil Responden	61
4. Rekap Pernyataan Responden.....	63
5. Hasil Uji Profil Responden	66
6. Hasil Uji Validitas	68
7. Hasil Uji Reliabilitas.....	69
8. Hasil Uji t.....	70
9. Hasil Uji F (anova).....	70
10. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	71
11. Formulir Revisi Judul Skripsi.....	72
12. Kartu Konsultasi Skripsi.....	74

**ANALYSIS THE QUALITY OF PRODUCTS, PRICES, AND BRAND IMAGES
ON THE SATISFACTION OF MARLBORO CIGARETTE PRODUCTS IN
YOGYAKARTA CITY**

Rendy Marshel Hallatu

11120078

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

E-mail: rhendymarchel@gmail.com

ABSTRACT

In the current era of globalization, the world has experienced many technological and lifestyle advancements, including the Philip Morris International Company which is a provider of Marlboro cigarette products.

This study aims to determine the effect of Product Quality, Price and Brand Image on Customer Satisfaction both partially and simultaneously. This type of research uses associative research with multiple linear regression analysis methods. Measurement of variables using the Likert Scale. The population of this study is all active smoker students in the city of Yogyakarta. The samples taken by the researchers were 100 respondents.

Based on the results of the partial significance test (t-test), it can be concluded that partially the product quality variable does not affect the customer satisfaction of Marlboro cigarette products in Yogyakarta, namely the product quality variable has a probability value of 0.098. Another variable examined in this study is the price variable and brand image has a significant influence on customer satisfaction Marlboro cigarette products in the city of Yogyakarta because it has a significance value <0.05 . Based on the results of simultaneous significance tests (F test), all variables in this study influence the customer satisfaction of Marlboro cigarette products in the city of Yogyakarta.

Keywords: the product quality , price, brand image, customer satisfaction

ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PRODUK ROKOK MARLBORO DI KOTA YOGYAKARTA

Rendy Marshel Hallatu

11120078

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

E-mail: rhendymarchel@gmail.com

ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini dunia banyak mengalami kemajuan teknologi dan gaya hidup, termasuk di dalamnya Perusahaan Philip Morris International yang merupakan perusahaan penyedia produk rokok Marlboro.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Pengukuran variabel menggunakan Skala likert. Populasi dari penelitian ini adalah semua mahasiswa perokok aktif di kota Yogyakarta. Sampel yang diambil oleh peneliti adalah 100 responden.

Berdasarkan hasil uji signifikansi secara parsial (uji t), dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta yaitu variabel kualitas produk memiliki nilai probabilitas sebesar 0,098. Variabel lain yang diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel harga dan citra merek memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan pelanggan produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta karena memiliki nilai signifikansi $< 0,05$. Berdasarkan hasil uji signifikansi secara simultan (uji F), semua variabel dalam penelitian ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Kepuasan Pelanggan

©UKDW

**ANALYSIS THE QUALITY OF PRODUCTS, PRICES, AND BRAND IMAGES
ON THE SATISFACTION OF MARLBORO CIGARETTE PRODUCTS IN
YOGYAKARTA CITY**

Rendy Marshel Hallatu

11120078

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

E-mail: rhendymarchel@gmail.com

ABSTRACT

In the current era of globalization, the world has experienced many technological and lifestyle advancements, including the Philip Morris International Company which is a provider of Marlboro cigarette products.

This study aims to determine the effect of Product Quality, Price and Brand Image on Customer Satisfaction both partially and simultaneously. This type of research uses associative research with multiple linear regression analysis methods. Measurement of variables using the Likert Scale. The population of this study is all active smoker students in the city of Yogyakarta. The samples taken by the researchers were 100 respondents.

Based on the results of the partial significance test (t-test), it can be concluded that partially the product quality variable does not affect the customer satisfaction of Marlboro cigarette products in Yogyakarta, namely the product quality variable has a probability value of 0.098. Another variable examined in this study is the price variable and brand image has a significant influence on customer satisfaction Marlboro cigarette products in the city of Yogyakarta because it has a significance value <0.05 . Based on the results of simultaneous significance tests (F test), all variables in this study influence the customer satisfaction of Marlboro cigarette products in the city of Yogyakarta.

Keywords: the product quality , price, brand image, customer satisfaction

ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PRODUK ROKOK MARLBORO DI KOTA YOGYAKARTA

Rendy Marshel Hallatu

11120078

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

E-mail: rhendymarchel@gmail.com

ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini dunia banyak mengalami kemajuan teknologi dan gaya hidup, termasuk di dalamnya Perusahaan Philip Morris International yang merupakan perusahaan penyedia produk rokok Marlboro.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Pengukuran variabel menggunakan Skala likert. Populasi dari penelitian ini adalah semua mahasiswa perokok aktif di kota Yogyakarta. Sampel yang diambil oleh peneliti adalah 100 responden.

Berdasarkan hasil uji signifikansi secara parsial (uji t), dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta yaitu variabel kualitas produk memiliki nilai probabilitas sebesar 0,098. Variabel lain yang diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel harga dan citra merek memiliki pengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan pelanggan produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta karena memiliki nilai signifikansi $< 0,05$. Berdasarkan hasil uji signifikansi secara simultan (uji F), semua variabel dalam penelitian ini berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Kepuasan Pelanggan

©UKDW

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan industri rokok di Indonesia sangat ketat, hal ini dikarenakan Indonesia merupakan ladang penghasil tembakau dan masyarakat Indonesia merupakan perokok tertinggi nomor tiga sesuai data WHO pada tahun 2008. Beberapa perusahaan rokok terbesar di Indonesia saling bersaing untuk mendapatkan *market share* di Indonesia.

Tabel 1.1
Data Peringkat
Top Brand Award Rokok 2014

No	Merek	Persentase	TOP
1	Marlboro	66,0%	1
2	Dji Sam Soe	53,6%	2
3	Sampoerna A Mild	53,3%	3
4	Djarum Super	29,1%	4
5	Gudang Garam Surya	28,5%	5
6	Gudang Garam Internasional	19,8%	6
7	Dunhill	16,5%	7
8	Djarum Coklat	12,6%	8
9	Class Mild	12,1%	9

Sumber : Top Brand Award, 2014

Menurut data Top Brand 2014 pada tabel 1.1, Marlboro berhasil berada diperingkat pertama untuk penjualan rokok putih sebesar 66,0%. Di peringkat kedua untuk penjualan rokok kretek non filter dengan merek Dji Sam Soe sebesar 53,6%, serta untuk penjualan rokok mild dengan merek Sampoerna A Mild yang

berada pada posisi ketiga sebesar 53,3%. Untuk kategori rokok kretek filter hanya mampu meraih peringkat empat, lima dan enam yaitu Djarum Super sebesar 29,1%, Gudang Garam Surya sebesar 28,5% dan Gudang Garam Internasional sebesar 19,8%. Bentoel dengan merek andalannya Dunhill menduduki peringkat ketujuh sebesar 16,5%. Sedangkan, di peringkat kedua terakhir ada Djarum Coklat sebesar 12,6% dan Nojorono menduduki peringkat terakhir dengan merek Class Mild sebesar 12,1%.Dilihat dari sebagian besar data diatas Sampoerna merajai berbagai macam kategori penjualan rokok di Indonesia.

Sampoerna merupakan salah satu perusahaan rokok terbesar di Indonesia yang kemudian diakuisisi oleh Philip Morris International pada tahun 2005.Dengan diakuisisinya Sampoerna makasecara otomatis Sampoerna juga memproduksi merek rokok Marlboro yang sangat digemari oleh perokokdari kalangan muda. Awalnya menurut sejarahnya Marlboro diciptakan bagi perokok perempuan dengan kandungan nikotin dan tar yang lebih rendah, tetapi di luar ekspetasi rokok ini malah menjadi favorit diberbagai kalangan bahkan pria (Groove, 2017). Berikut data Top Brand untuk kategori rokok putih:

Tabel 1.2
Top Brand untuk Kategori Rokok Putih

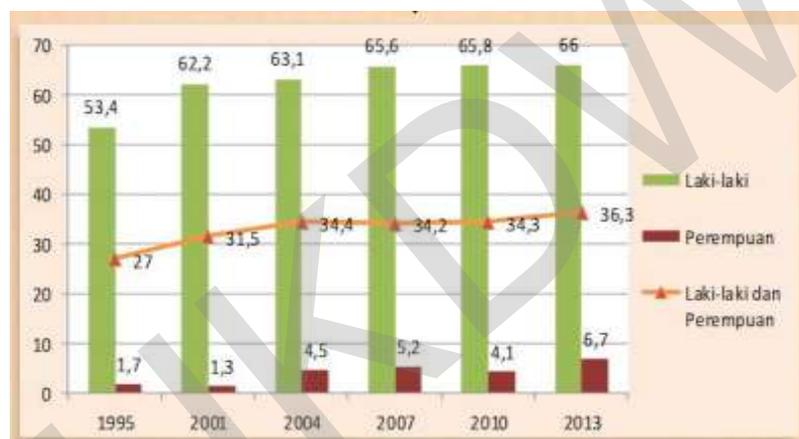
Merek Rokok	2012	2013	2014
Marlboro	61,7%	57,4%	66,0 %
Dunhill	6,6%	22,8%	16,5%
Lucky Strike	6,8%	2,6%	2,7%

Sumber : Top Brand Award, 2014

Dari tabel 1.2, dapat diketahui bahwa merek rokok Marlboro masih berada di peringkat atas. Pada merek rokok Dunhill mengalami peningkatan di tahun 2013

sebesar 22,8% dibandingkan tahun 2012 sebesar 6,6%, tetapi mengalami penurunan lagi di tahun 2014 sebesar 16,5%. Sedangkan, Lucky Strike mengalami penurunan signifikan di tahun 2013 sebesar 2,6% dibanding tahun sebelumnya sebesar 6,8%, kemudian pada tahun 2014 Lucky Strike mengalami peningkatan sebesar 0,1% sehingga menjadi 2,7%.

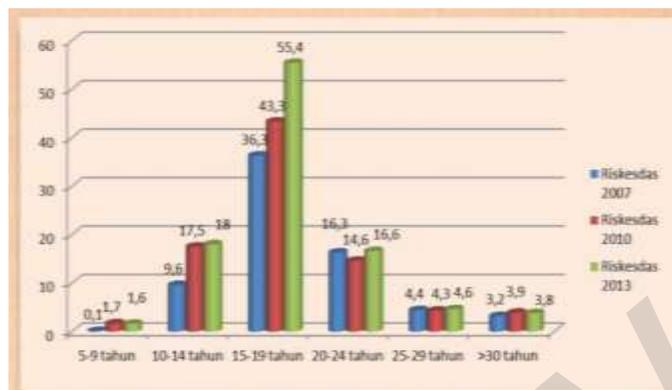
Gambar 1.1
Prevelensi Konsumsi Tembakau pada Penduduk Usia > 15 Tahun



Sumber : Susenas 1995, 2001 dan 2004, Badan Pusat Statistik Riskeddas 2007 dan 2010, Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan

Berdasarkan Susenas 1995, 2001, 2004 dan data Riskeddas tahun 2007 dan 2010 yang terdapat pada gambar 1.1 menyatakan bahwa persentase perokok perempuan pada tahun 2013 mengalami peningkatan sebesar 6,7% dari tahun 2010 sebesar 4,1%. Persentase perokok laki-laki meningkat 66% pada tahun 2013 dibandingkan tahun 2010 sebesar 65,8%. Hal ini menyatakan persentase perokok wanita meningkat 2,6% dibandingkan persentase perokok laki-laki yang meningkat hanya 0,2%.

Gambar 1.2
Trend Usia Mulai Merokok



Sumber :Riskedas 2007, 2010 dan 2013, Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan

Pada gambar 1.2 dalam kurun waktu 2007-2013 menyatakan bahwa trend usia mulai merokok tertinggi adalah pada usia 15-19 tahun, trend usia mulai merokok kedua tertinggi adalah pada usia 10-14 tahun dan trend usia ketiga tertinggi adalah pada usia 20-24 tahun. Yogyakarta merupakan kota pelajar dimana terdapat banyak sekali pemuda/i dari berbagai daerah yang datang untuk menuntut ilmu. Berdasarkan trend usia tertinggi berada pada generasi muda, maka dari itu Yogyakarta merupakan kota yang tepat untuk menjadi objek penelitian.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini diberi judul **“Analisis Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Produk Rokok Marlboro di Kota Yogyakarta”**.

1.2. Rumusan Masalah

- a. Apakah variabel kualitas produk rokok Marlboro berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kota Yogyakarta?
- b. Apakah variabel harga rokok Marlboro berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kota Yogyakarta?

- c. Apakah variabel citra merek rokok Marlboro berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kota Yogyakarta?
- d. Apakah variabel kualitas produk, harga dan citra merek rokok Marlboro bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kota Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk rokok Marlboro terhadap kepuasan pelanggan di kota Yogyakarta
- b. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga rokok Marlboro terhadap kepuasan pelanggan di kota Yogyakarta
- c. Untuk mengetahui pengaruh variabel citra merek rokok Marlboro terhadap kepuasan pelanggan di kota Yogyakarta
- d. Untuk mengetahui variabel kualitas produk, harga dan citra merek rokok Marlboro bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di kota Yogyakarta

1.4. Kontribusi Penelitian

1.4.1. Kontribusi Teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi di bidang pemasaran, khususnya terhadap permasalahan dengan pengembangan produk atau jasa, sehingga hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan informasi sebagai bahan pembanding selanjutnya.

1.4.2. Kontribusi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam pengembangan produk dan jasa dalam aktivitas pada

strategi pemasaran serta berguna untuk menentukan pengambilan keputusan dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang dengan semakin berkembangnya jaman dan teknologi.

1.4.3. Kontribusi Bagi Penulis

Memberikan pengalaman kepada penulis untuk menerapkan dan memperluas wawasan penerapan teori dan pengetahuan yang telah diterima di dalam perkuliahan pada kegiatan nyata.

1.5. Batasan Penelitian

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

- a. Variabel yang diteliti adalah Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Rokok Marlboro.
- b. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah melakukan pembelian produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta.
- c. Jumlah Responden yang diteliti 100 orang di kota Yogyakarta.
- d. Produk yang diteliti adalah semua varian Rokok Marlboro di kota Yogyakarta.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diolah diatas dapat disimpulkan beberapa hal, sebagai berikut:

5.1.1. Profil Responden

1. Berdasarkan jenis kelamin, dapat disimpulkan bahwa responden perokok Marlboro di kota Yogyakarta adalah sebagian besar responden yang berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 63 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 63%.
2. Berdasarkan usia, dapat disimpulkan bahwa responden responden perokok Marlboro di kota Yogyakarta adalah sebagian besar yang berusia 20-30 tahun yaitu sebanyak 76 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 76%.
3. Berdasarkan pekerjaan, dapat disimpulkan bahwa responden perokok Marlboro di kota Yogyakarta adalah sebagian besar sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 83 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 83%.
4. Berdasarkan pendidikan terakhir, dapat disimpulkan bahwa responden perokok Marlboro di kota Yogyakarta adalah sebagian besar sebagai sarjana yaitu sebanyak 75 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 75%.

5. Berdasarkan pengeluaran, dapat disimpulkan bahwa responden perokok Marlboro di kota Yogyakarta adalah sebagian besar yang mengeluarkan < Rp 2.000.000,00 yaitu sebanyak 48 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 48%.

5.1.2. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan

1. Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta yaitu tingkat signifikansi $0,098 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta yaitu tingkat signifikansi $0,036 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Citra Merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta yaitu tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Kualitas produk, harga, dan citra merek secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta. Karena variabel kualitas produk dari hasil uji regresi linear dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta,

sedangkan variable harga dan citra merek dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan pelanggan produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lebih lanjut. Beberapa keterbatasan tersebut, sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam penelitian ini hanya terdiri dari 2 variabel, yaitu: harga dan citramerek. Sementara 1 variabel, yaitu: kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan produk rokok Marlboro di kota Yogyakarta.
2. Sampel dan populasi dalam penelitian ini sangat terbatas dimana dalam penelitian ini hanya menggunakan responden yaitu sebanyak 100 orang responden dan hanya dilakukan di kota Yogyakarta.

5.3 Saran

5.3.1. Saran Bagi Perusahaan

1. Perusahaan Rokok Marlboro harus bias memberikan kualitas produk yang baik dan menarik. Sehingga, konsumen akan tetap merasa puas dalam memilih produk rokok Marlboro.
2. Perusahaan Rokok Marlboro harus tetap memberikan harga yang terjangkau. Sehingga, konsumen akan tetap merasa puas dalam memilih produk rokok Marlboro.

3. Perusahaan Rokok Marlboro harus tetap menjaga citra merek yang dimilikinya. Sehingga, konsumen akan tetap merasa puas dalam memilih produk rokok Marlboro.

5.3.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terbatas yaitu kualitas produk, harga, dan citra merek. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan.
2. Jumlah sampel dan populasi dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 orang responden dan hanya dilakukan di kota Yogyakarta. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya harus lebih memperbanyak jumlah sampel dan memperluas populasi, sehingga hasil penelitian lebih mendekati dengan kondisi yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bilgies, Ana Fitriyatul. (2016). Peran Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare. *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*. Vol. 1. No.1. April 2016. hal 78-90
- Djarwanto, S. P. (2000). *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.
- Groove. (2017, November 22). *Marlboro: Rokok Wanita yang Kini Menjadi Simbol Kejantanan Pria*. Retrieved Maret 1, 2019, from Popular World: <https://www.popular-world.com>
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hasan, A. (2013). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressdindo.
- Hasibuan, M. S. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal Ekonomi Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Murniati, M. P. 2013. *Alat-alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Penerbitan Unika Soegijapranata.
- Pesoth, M. C. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Packaging, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Rokok Dunhill Di Kota Manado. *Jurnal Ekonomi Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Purwanto, A. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.

- Riskesdas. (2010). *Masalah Rokok Dan Kesehatan Masyarakat*. HYPERLINK
"http://riskesdas.litbang.depkes.go.id/2010"
<http://riskesdas.litbang.depkes.go.id/2010>. Diakses 20 Februari 2019.
- Siregar, S. (2014). *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Stoner, J. A. (2006). *Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Sweeney, J. & Soutar, G. 2001. Consumer perceived value: the development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, Vol. 77, pp. 203-205.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Zeithaml, V. A. (2000). *Service Marketing*. New York. McGraw-Hill Inc: Integrating Customer Focus.