

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK IPHONE DI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**NAMA : RIZKI KINANTI**

**NIM : 212017085**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK IPHONE DI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



**Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada  
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang**

**NAMA : RIZKI KINANTI  
NIM : 212017085**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2021**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizki Kinanti  
NIM : 212017085  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata satu baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagian acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Januari 2021



5000  
RIBU RUPIAH

RIZKI Kinanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek  
Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone di  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Palembang  
Nama : Rizki Kinanti  
NIM : 212017085  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal, Januari 2021  
Pembimbing II,

Pembimbing I,

  
**Dr. Triharti Adjeng Moelyati, S.E., M.M**  
NIDN/NBM : 0019026101

  
**Amidi, S.E., M.Si**  
NIDN/NBM : 02290565502

Mengetahui,  
Dekan

Ketua Program Studi Manajemen

  
  
**Dr. Zatcha Trihandayani, S.E., M.Si**  
NIDN/NBM : 0229057501/673839

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hiduplah seakan kamu akan mati besok. Belajarlah seakan kamu akan hidup selamanya”

(Mahatma Gandhi)

“Belajarlah dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk hari besok. Dan yang terpenting adalah jangan sampai berhenti bertanya”

(Albert Einstein)

“jika orang lain bisa, maka aku juga bisa”

(Rizki Kinanti)

Mempersembahkan ini kepada :

- Kedua Orang Tuaku
  - Syamsul Bahrum
  - Asmayani
- Saudara laki-laki satu-satunya
  - Diego Kalvindo
- Keluarga tercinta, keluarga besarku
- Serta teman-teman seperjuanganku



## PRAKATA

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.*

Alhamdulillahrabbi'l'amin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan kasih sayang dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua, Ayahanda yaitu Syamsul Bahrum dan Ibunda Asmayani dan kakak tercinta Diego Kalvindo yang ikut membantu dalam penyusunan skripsi serta yang memiliki peran penting dalam perjalanan hidup penulis dan berjada dalam mendidik, mendoakan, memberikan dorongan motivasi, serta selalu ada disetiap masalah yang dihadapi penulis. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kedua orang tua yang yang paling baik didunia serta keluar besar yang selalu mendukung.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa

pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati,S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Amidi, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua dan kakak laki-lakiku yang selalu mendoakan dan terimakasih atas segala yang telah diberikan kepada saya dan tak lupa juga untuk keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran skripsiku.
8. Terima kasih kepada ayuk Yuni yang juga memiliki peran penting dalam penyusunan skripsi ini dan selalu sabar menghadapi aku.

9. Terima kasih teman-teman “Cm 17” (selly, nela, sintia, devi, christine, vara, nabilla, juan, rahmad, andri, novran, pujo, agung, deni, dan yongki) terima kasih telah membantu dan selalu ada dalam penyusunan skripsi ini.
10. Terima Kasih juga kepada teman-teman KKN Angkatan 54 kecamatan Kayuagung, yang selalu kebersamai dalam setiap keadaan dan membantu penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

***Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabikul Khairot***

***Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.***

Palembang, Januari 2021

Rizki Kinanti

## DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	13
B. Penelitian Sebelumnya .....	23
C. Kerangka Pemikiran .....	27
D. Hipotesis.....	29
<b>BAB III PEMBAHASAN METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi Penelitian .....	31
C. Operasionalisasi Variabel.....	32
D. Populasi dan Sampel .....	33
E. Data yang diperlukan .....	34
F. Metode Pengumpulan Data .....	35

G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	44
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Pra Penelitian .....	9
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel .....	32
Tabel IV.1 Karakteristik Responden.....	47
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	48
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	50
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	51
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	52
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	53
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel IV.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....	55
Tabel IV.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga.....	56
Tabel IV.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	57
Tabel IV.12 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen .....	58
Tabel IV.13 Uji Regresi Linier Berganda .....	59
Tabel IV.14 Uji F .....	61
Tabel IV.15 Uji t .....	62
Tabel IV.16 Koefisien Determinasi .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Manfaat Kepuasan Konsumen.....	15
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran .....	28

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Lampiran 2 Bebas Plagiat

Lampiran 3 Surat Pernyataan Telah Menyelesaikan Penelitian

Lampiran 4 Kartu Aktivitas Bimbingan

Lampiran 5 Sertifikat SPSS

Lampiran 6 Sertifikat Hafalan Surat Pendek Al-Quran

Lampiran 7 Kuisisioner

Lampiran 8 Hasil Olah Data SPSS

Lampiran 9 Biodata Penulis

## ABSTRAK

### Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen produk iphone di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Pada penelitian ini terdapat 96 sampel mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh dari hasil angket kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji T, dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,632 > 1,661$ ) dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,681 > 1,661$ ) sedangkan citra merek tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-336 < 1,661$ ). Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan agar selalu tetap memperhatikan kepuasan para konsumen.

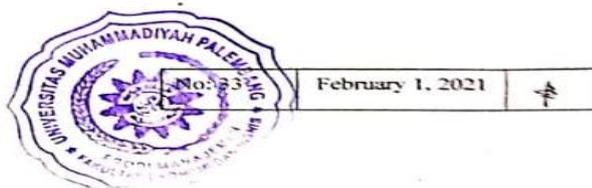
**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Kepuasan Konsumen

## ABSTRACT

***Rizki Kinanti / 212017085 / 2021 / The Effects of Product Quality, Price, and Brand Image on Consumer Satisfaction of Iphone Products in Economics and Business Faculty Universitas Muhammadiyah Palembang***

*This research aimed to determine the effect of product quality, price, and brand image on customer satisfaction of Iphone product in economics and business faculty Universitas Muhammadiyah Palembang. In this research, there were 96 samples of students from economics and business faculty Universitas Muhammadiyah Palembang. The data used primary data obtained from the result of questionnaire. The data analysis technique used Multiple Linear Regression Analysis, F test, T test, and the coefficient of determination. The results of the research proved that product quality had a significant effect on customer satisfaction because of the value  $t_{count} > t_{table}$  ( $2,632 > 1,661$ ) and the price had a significant effect on customer satisfaction because of the value  $t_{count} > t_{table}$  ( $5,681 > 1,661$ ) and at the same time brand image had not significant because of the value  $t_{count} < t_{table}$  ( $-336 < 1,661$ ). This research was expected to support the company in order to pay attention to customer satisfaction.*

***Keywords : Product quality, price, brand image, customer satisfaction.***



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mempengaruhi gaya hidup yang semakin mencolok. Karena berkembangnya teknologi mempengaruhi cara berkomunikasi massa untuk melakukan kegiatan hidup sehari-hari. Kemajuan teknologi atau berkembangnya teknologi itu sendiri adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam suatu kehidupan, dikarenakan perkembangan teknologi akan berjalan seimbang dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Sebuah inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Memberikan banyak kemudahan, serta suatu cara baru dalam melakukan aktifitas manusia. Terkhusus dalam bidang teknologi, masyarakat sudah sangat menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini. Teknologi mempunyai banyak sekali pengaruh untuk kehidupan manusia mulai dari bidang biologi, kedokteran, ekonomi, kuliner, bahkan militer dan masih banyak lainnya. Serta dari hal yang sederhana sampai yang kompleks semua merupakan teknologi.

Kebutuhan manusia terhadap teknologi dan juga didukung dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat cepat. Perkembangan teknologi berkembang secara pesat dan terus berevolusi hingga sekarang dan semakin mendunia dapat dilihat dalam waktu beberapa tahun kebelakang.

teknologi handphone yang awal mulanya hanya sebuah alat komunikasi nirkabel berkembang menjadi alat komunikasi yang bisa mengambil foto, merekam video, mendengarkan musik, dan mengakses internet dalam hitungan detik. Dan perkembangan teknologi juga tidak hanya pada handphone saja masih banyak alat-alat atau barang lainnya yang mengalami perubahan yang lebih baik. Dengan adanya perkembangan teknologi manusia diharapkan dapat menerima kemajuan yang terjadi dan dapat menghadapi perubahan-perubahan yang ada untuk kedepannya. Terutama untuk para generasi muda agar dapat menerima perkembangan teknologi dan menggunakan teknologi dengan bijak. Dan bagi para perusahaan agar menjadikan perkembangan teknologi ini motivasi untuk kedepannya agar dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain yang ada.

Setiap perusahaan memiliki teknik strategi pemasaran sendiri dengan cara masing-masing. *Marketing* atau pemasaran yaitu mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Pemasaran merupakan salah satu fungsi strategi dalam perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, terutama saat persaingan dalam industri menunjukkan intensitas yang semakin tinggi. Pemasaran merupakan ujung tombak bagi ekseistensi perusahaan dalam jangka panjang, bahkan banyak perusahaan yang gagal dan bangrut karena gagal dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya secara efektif. Pemasaran yang efektif dapat mempertemukan antara perusahaan dan pelanggannya, baik secara langsung maupun melalui pasar perantara. Kotler dan Armstrong dalam (Wibowo & Priansa, 2017:108) bahkan menyatakan bahwa : "*Marketing is managing profitable customer relationship*".

Philip dan Koller dalam Wibowo & Priansa (2017:109) mengatakan bahwa pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan baru dengan menciptakan, menghantarkan, serta mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Salah satu perusahaan yang memiliki strategi marketing yang baik dan memiliki pengaruh besar terhadap kemajuan teknologi ialah Apple Inc. Apple Inc merupakan sebuah perusahaan teknologi multinasional yang berpusat di Cupertino, California Amerika, yang merancang, mengembangkan, dan menjual barang elektronik konsumen, perangkat lunak komputer, dan layanan daring. Perangkat keras yang diproduksi oleh Apple meliputi telepon pintar iPhone, komputer tablet iPad, komputer pribadi Mac, pemutar media portabel iPod, jam pintar Apple Watch, pemutar media digital Apple TV, dan pengeras suara pintar HomePod. Perangkat lunak yang diproduksi Apple meliputi sistem operasi macOS dan iOS, pemutar media iTunes, penjelajah web Safari, dan perangkat kreativitas dan produktivitas iLife dan iWork, serta berbagai aplikasi profesional seperti Final Cut Pro, Logic Pro, dan Xcode. Layanan daringnya meliputi iTunes Store, Ios App Store dan Mac App Store, Apple Music, dan iCloud. Dan Apple didirikan oleh Steve Jobs, Steve Wozniak, dan Ronald Wayne pada april 1976.

Salah satu produk dari perusahaan ini yang paling dominan atau paling banyak digandrungi adalah iphone, dimana dalam beberapa tahun belakangan ini Apple telah mengeluarkan beberapa iphone. Seperti pada tahun 2016 meluncurkan iphone 7 dan iphone 7Plus, tahun 2017 meluncurkan iphone 8 dan iphone 8Plus, tahun 2018 meluncurkan iphone XS dan iphone XS Max, dan iphone XR, pada

tahun 2019 pihak Apple meluncurkan iPhone 11 dan iPhone 11 Pro Max, dan pada tahun 2020 Apple merilis iPhone terbarunya yakni iPhone SE. Dan dengan ini dapat dilihat bahwa Apple melakukan pembaruan terhadap produk-produk yang mereka keluarkan bukan tanpa alasan, karena dengan melakukan pembaruan produk mereka akibat adanya perkembangan teknologi yang semakin maju dan perusahaan Apple memanfaatkannya untuk meluncurkan produk-produk baru. Dimana kita ketahui kalau harga yang ditetapkan oleh perusahaan Apple kepada setiap produk mereka itu tergolong mahal tetapi mengapa para pelanggan atau konsumen tetap menggunakan produk mereka dan terus mengikuti atau menggunakan produk yang telah diluncurkan oleh Apple, itu karena ketika seseorang memakai produk Apple sendiri muncul suatu kebanggaan dalam diri konsumen atau pelanggan karena dilihat dari segi citra merek perusahaan yang dimana tidak semua kalangan bisa menggunakan produk dari perusahaan ini dan hanya kalangan menengah keatas saja karena terbilang mahal untuk produk tersebut.

Setiap perusahaan memiliki tujuan utama yaitu memberikan rasa puas kepada konsumen ataupun calon konsumennya. Dapat dilihat pada lingkungan mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, sebagian besar mahasiswa merasa puas terhadap produk iPhone yang mereka gunakan. Kepuasan adalah hasil sebuah penilaian dari konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa

setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen setelah menggunakan sebuah produk atau jasa. Kotler dan Keller dalam Sudaryono (2016:79) berpendapat bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut, dan kepuasan konsumen akan mendorong konsumen untuk mengulang perilaku pembelian. Ketika konsumen merasa tidak puas maka, akan berakibat pada menurunnya tingkat penjualan perusahaan misalnya kekurangan dari iphone sendiri yaitu iphone tidak menggunakan koneksi USB standar, setidaknya bila charger tertinggal pengguna iphone bisa meminjam charger pemilik pengguna android. Serta produk iphone tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para konsumen atau mahasiswa. Kekurangan lainnya ada kurangnya keyakinan sebagian mahasiswa untuk membeli iphone karena harganya yang terlalu tinggi dibandingkan dengan produk merek lain. Setiap orang atau konsumen mempunyai rasa puas yang berbeda-beda mulai dari cara pelayanan atau pun sebagainya, meskipun iphone merupakan brand yang terkenal tetapi tidak semua konsumen memiliki rasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dan ada beberapa store yang mungkin tidak terlalu baik pelayanan sehingga menimbulkan rasa tidak puas. Adapaun hal-hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen secara umum yaitu kualitas produk, harga dan citra merek.

Pengaruh yang pertama adalah kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen karena perusahaan dituntut untuk

menghasilkan sebuah produk kualitas yang baik. Menurut Kotler & Armstrong (2012:105) kualitas produk mencerminkan kemampuan produk yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan, dalam pengemasan, dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Maka dari itu mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya. Ada beberapa hal yang menarik minat para konsumen pada produk iphone itu sendiri yaitu fitur yang dimiliki iphone yang tidak ada pada merek lain yang menarik minat para mahasiswa untuk menggunakannya, tetapi ada juga yang menjadi kekurangan pada fitur iphone itu sendiri dimana fitur pada iphone kebanyakan berbayar salah satu contohnya ialah ketika mendengarkan musik, perangkat iphone sendiri cepat panas, untuk daya tahan iphone cepat panas dan kapasitas batre cepat habis serta pembiayaan untuk perbaikan iphone sendiri cukup mahal, dan beberapa hal ini lah yang menjadikan para calon konsumen untuk berpikir ulang menggunakan iphone.

Selain dari kualitas produk ada yang menjadi pengaruh selanjutnya yaitu harga, harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi produk. Kotler dan Armstrong dalam Setyaningrum, dkk (2015:128) mengatakan bahwa harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Meskipun harga produk iphone terbilang mahal dari merek lain dan hanya untuk kalangan menengah keatas tetapi mahasiswa tetap menggunakan produk tersebut karena mereka merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan atau yang diberikan oleh pihak Apple sehingga mahasiswa tidak terlalu memikirkan harga yang terbilang

cukup tinggi karena mereka merasa harga mahal telah sesuai dengan kualitas produk yang mereka dapatkan dari produk iphone. Tetapi masih banyak konsumen yang merasa masih belum puas dengan kesesuaian harga iphone dengan manfaatnya, kebanyakan pengguna iphone menggunakan produk tersebut karena gengsi atau tren dan mengesampingkan fungsi dan manfaat dari produk itu sendiri.

Selanjutnya ialah citra merek, merek adalah nama penting bagi sebuah produk. Merek (*brand*) adalah simbol seluruh informasi yang berkaitan dengan produk atau jasa. Maka dari itu citra merek dibangun dengan memasukkan kepribadian atau citra kedalam produk atau jasa, untuk kemudian dimasukkan ke alam bawah sadar konsumen. Menurut Tjiptono (2011:49) *brand image* adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen tentang merek tertentu. Seperti contohnya produk Apple dimana perusahaan ini memiliki logo yang sangat mudah diingat oleh konsumen dan dengan mudah bisa melekat pada ingatan, yaitu memiliki logo buah apel yang tergigit. Dengan logo yang sederhana ini konsumen atau mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang pun mudah mengingat perihal produk yang menggunakan logo buah apel tergigit dan ini juga menjadi keunikan tersendiri bagi produk iphone. Mengingat citra merek Apple ini membuat para konsumennya atau mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang menggunakannya merasa puas dan memiliki kebanggaan tersendiri pada saat menggunakan produk Apple, ditambah lagi iphone memiliki kesan yang berkelas bagi para konsumen lainnya. Tetapi untuk

kekuatan pada iphone sendiri memiliki beberapa kekurangan tersendiri yaitu mulai dari segi batre yang cepat habis, dan perangkat iphone yang mudah panas.

Fitur yang menarik yang ada di Iphone inilah yang membuat sebagian mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang memakai Iphone, ada yang menggunakan keaktifitasan berkomunikasi, untuk memudahkan dalam melakukan browsing, dan bahkan ada juga yang menggunakan hanya mengikuti trend atau gengsi. Untuk membuktikannya saya mengambil sampel beberapa mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang mengatakan bahwa mereka bangga dengan menggunakan iphone dan mereka juga puas dengan kualitas dari produk tersebut. Tetapi apakah harga iphone itu sendiri masih terjangkau, meskipun mereka para mahasiswa menggunakan produk iphone sebagian dari mereka yang menjadi sampel mengatakan bahwa harga produk iphone tidak untuk kalangan bawah dan bisa dikatakan untuk kalangan menengah keatas karena mengingat harga iphone yang lumayan mahal. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang menggunakan iphone itu sendiri karena gengsi dan memiliki suatu kebanggaan jika menggunakan produk tersebut meskipun iphone sendiri tidak sepenuhnya membantu. Iphone sendiripun memiliki daya tarik tersendiri yang unik dan memiliki kemudahan untuk mengakses informasi yang cepat serta fitur-fitur tertentu yang hanya dimiliki iphone ini menyebabkan masyarakat mulai tertarik untuk menggunakannya dan tidak terkecuali kalangan mahasiswa.

**Tabel I.1**  
**Pra Penelitian**

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju
<b>A. Kepuasan Konsumen</b>			
1.	Produk iphone sesuai dengan yang diharapkan.	12	18
2.	Iphone menawarkan spesifikasi produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.	15	15
3.	Karyawan iBox selalu membantu terkait pelayanan.	26	4
<b>B. Kualitas Produk</b>			
1.	Produk iphone cepat habis batre.	27	3
2.	Iphone memiliki fitur-fitur yang berbayar.	24	6
3.	Produk iphone cepat panas.	28	2
<b>C. Harga</b>			
1.	iphone hanya untuk kalangan menengah keatas.	25	5
2.	Harga iphone lebih mahal dari merek lain.	24	6
3.	Harga iphone sesuai dengan kualitas yang ada.	14	16
<b>D. Citra Merek</b>			
1.	Iphone memiliki ciri yang khas pada produknya.	26	4
2.	Produk iphone sudah banyak dikenal dikalangan masyarakat.	23	7
3.	Merek iphone mudah untuk diingat.	26	4
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	

Sumber : Hasil Survey, (2020)

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Kosumen Produk Iphone di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.**

**B. Rumusan Masalah**

1. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk iphone di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?
2. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen produk iphone di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?
3. Adakah pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen produk iphone di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?
4. Adakah pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen produk iphone di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk dengan kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi bahan pembelajaran dan ilmu pengetahuan serta bermanfaat sebagai informasi untuk menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen produk iphone di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

##### 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran yang akan diambil dan mengetahui kekuatan daya saing produk sejenis dengan perusahaan.

##### 3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi suatu tambahan sebagai rujukan bagi penelitian selanjutnya sebagai pertimbangan bagi yang menghadapi masalah yang sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agestina, K., & Susilowati, I. (2019). Analisis Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Konsumen Hanna Kebab di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(1).
- Emor, J. I. (2019). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen RM. Bakso Solo Pak Eko di Tomohon. *ISSN*, 7(4).
- Hakim, L. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen NPK Mutiara di UD. Barelang Tani Jaya Batam. *ISSN*, 6(2).
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Manajement*. Boston: Pearson.
- Kotler, P., & G, A. (2012). *Principles Of Marketing*. Pearson Education: Global Edition.
- Lembang, D. R. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro.
- Noor, J. (2012). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Makassar: Kencana Prenada Media Group.
- Sari, P. S., & Salmah , N. N. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Pengaruhnya terhdap Minat Beli Baju Karate Arawaza di Kota Palembang. *ISSN*, 4(2).
- Savitri, I. A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. *ISSN*, 7(10).
- Setiyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* . Yogyakarta: Andi Offset.
- Simamora, B. (2011). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (Edisi Kedua ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Widiastuti, I. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta. *Cakrawansa Bisnis*, 1(1).