

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK IPHONE DI DESA  
KARANG AGUNG KABUPATEN PALI**

**SKRIPSI**



**Nama : Dhea pramitha  
Nim : 212018223**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK IPHONE DI DESA  
KARANG AGUNG KABUPATEN PALI**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada  
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang**



**Nama : Dhea pramitha  
Nim : 212018223**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2022**


## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dhea Pramitha  
Nim : 212018223  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone di Desa Karang Agung Kabupaten Pali

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun diperguruan tinggi lain.
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 sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarah dan dicantumkan daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran 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, 2022  
  
METERA  
TEMPEL  
ECEAAJX960886417  
Dhea Pramitha

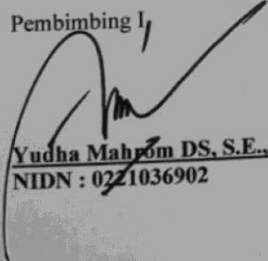
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang

**TANDA TANGAN PENGESAHAN SKRIPSI**


Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap  
Kepuasan Konsumen Produk Iphone Di Desa Karang Agung  
Kabupaten Pali  
Nama : Dhea pramitha  
Nim : 212018223  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal, 2022

Pembimbing I,

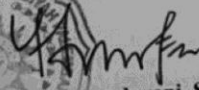
  
**Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si**  
NIDN : 0221036902

Pembimbing II,

  
**Nadia Afriliana, SE. M.si**  
NIDN : 0219048501

Mengetahui,  
Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen

  
**Dr. Zaleha Trihandayani, SE., M.Si**  
NIDN: 0229057501

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kerjakanlah urusan duniamu seakan-akan kamu hidup selamanya. Dan laksanakanlah urusan akhiratmu seakan-akan kamu akan mati besok.”

(HR.Ibnu Asakir)

“Bersemangatlal ah atas hal-hal yang bermanfaat bagimu. Minta tolonglah pada Allah, jangan engkau lemah.”

(HR.Muslim)

“Tuntutlah ilmu. Di saat kamu miskin, ia akan menjadi hartamu. Di saat kamu kaya, ia akan menjadi perhiasanmu”

(Ali bin Abi Thalib)

Mempersembahkan ini kepada :

- Kedua orang tua saya:
  - Subroto
  - Marlana
  
- Saudara laki-laki saya:
  - Ferdi Andika
  - Ziham Alfarizi
  
- Keluarga tercinta saya, keluarga besar saya
  
- Serta teman-teman seperjuangan saya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PRAKATA

Segala puji bagi Allah S.W.T, berkat rahmat-NYA penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone Di Desa Karang Agung Kabupaten Pali. Dapat diselesaikan sebagaimana waktu yang dijadwalkan dapat penulis selesaikan pada waktu yang dijadwalkan. Penulisan laporan ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu penulis sampaikan terimakasih terutama pada **(Orang Tua)** yang selalu berdo'a dan bantuannya memiliki makna yang besar bagi penulis. Selain itu ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si 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. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Nadia Afriliana, SE. M.Si selaku Pembimbing 2 yang dengan sabar mendidik, membimbing dan memberikan arahan serta masukan yang sangat berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

5. Ibu zuhriyah S.E.,M.Si selaku Pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammadiyah Palembang. Beserta seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu kelancaran administrasi.
7. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua dan adik laki-lakiku yang selalu mendoakan dan terimakasih atas segala yang telah diberikan kepada saya dan tak lupa juga untuk keluarag besarku yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran skripsiku.
8. Terima kasih kepada sahabat tercinta saya Yullina, elista, fitri, rico, nurul, dwi yang juga memiliki peran penting dalam penyusunan skripsi ini.
9. Responden yang telah membantu memberi jawaban untuk penulis menyelesaikan skripsi.
10. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang angkatan 2018.

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 meyelesaikan laporan skripsi ini.

Pelembang, Agustus 2022

Dhea Pramitha

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>TANDA TANGAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	19
C. Tujuan Penelitian.....	20
D. Manfaat Penelitian.....	20
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b>	
<b>HIPOTESIS</b> .....	<b>22</b>
A. Kajian Pustaka .....	22
B. Penelitian Sebelumnya .....	32
C. Kerangka Pemikiran .....	34



D. Hipotesis .....	36
<b>BAB III PEMBAHASAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
A. Jenis Penelitian .....	37
B. Lokasi Penelitian .....	38
C. Operasional Variabel .....	39
D. Populasi dan Sampel.....	40
E. Data yang Diperlukan.....	41
F. Metode Pengumpulan Data .....	42
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
A. Hasil Penelitian.....	51
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>86</b>
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Hasil Pra Riset .....	17
Tabel II.1 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Dengan Penelitian Sebelumnya	33
Tabel III.1 Operasional Variabel .....	39
Tabel IV.1 Karakteristik Jawaban Responden Kepuasan Konsumen .....	58
Tabel IV.2 Karakteristik Jawaban Responden Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....	61
Tabel IV.3 Karakteristik Jawaban Responden Harga ( $X_2$ ) .....	64
Tabel IV.4 Karakteristik Jawaban Responen Citra Merek ( $X_3$ ) .....	67
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas .....	70
Tabel IV.6 Uji Reliabilitas .....	71
Tabel IV.7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	72
Tabel IV.8 Hasil Uji F (Secara Bersama-sama).....	74
Tabel IV.9 Hasil Uji t (Parsial) .....	75
Tabel IV.10 Hasil Koefisien Determinasi .....	76

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar II.1 Manfaat Kepuasan Konsumen .....	24
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran .....	34
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	55
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	56
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepuasan Responden Terhadap Iphone .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Kegiatan Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Tabulasi Data Regresi Linier Berganda

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Lampiran 5 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Lampiran 6 Uji Validitas Harga (X2)

Lampiran 7 Uji Validitas Citra Merek (X3)

Lampiran 8 Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 9 Uji Determinasi (R)

Lampiran 10 Uji F

Lampiran 11 Distribusi Nilai  $t_{tabel}$

Lampiran 12 R tabel

Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 14 Surat Keterangan Telah melaksanakan Riset

Lampiran 15 Sertifikat AIK

Lampiran 16 Biodata Penulis

Lampiran 17 Plagiarisme

## ABSTRAK

### **Dhea Pramitha/212018223/2022/ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone Di Desa Karang Agung Kabupaten Pali.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Adakah pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone di Desa Karang Agung Kabupaten Pali, Adakah pengaruh Kepuasan Konsumen Produk Iphone di Desa Karang Agung Kabupaten Pali, Adakah pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone di Desa Karang Agung Kabupaten Pali, Adakah pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone di Desa Karang Agung Kabupaten Pali. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Asosiatif untuk melihat keterkaitan (hubungan atau pengaruh) antara satu variabel dengan variabel lainnya. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 68 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Kemudian teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (uji F) ada pengaruh signifikan antara Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone. Sedangkan secara parsial/individu (uji T) ada pengaruh signifikan Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa besarnya sumbangan terhadap perubahan Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone di Desa Karang Agung Kabupaten Pali sebesar 61%,.

**Kata kunci : kualitas produk, harga, citra merek, kepuasan konsumen**

## **ABSTRACT**

**Dhea Pramitha/212018223/2022/*The Effect of Product's Quality, Price, and Brand Image on Iphone Product Customer Satisfaction at Karang Agung Village Pali Regency.***

*This study aims to determine whether there is an effect of product quality, price, and brand image on consumer satisfaction for iphone products in Karang Agung village, Pali regency, is there an influence on consumer satisfaction for iphone products in Karang Agung village, Pali regency, is there an effect of price on consumer satisfaction for iphone products in the village Karang Agung Pali Regency, Is there any influence of Brand Image on Iphone Product Consumer Satisfaction in Karang Agung Village, Pali Regency. The type of research used is associative research to see the relationship (relationship or influence) between one variable and another. The sample in this study were 68 respondents. The data used in this study is primary data with data collection techniques through questionnaires. Then the data analysis technique using Multiple Linear Regression Analysis, F test, t test, Coefficient of Determination. The results of this study indicate that together (F test) there is a significant influence between Product Quality, Price, and Brand Image on Iphone Product Consumer Satisfaction. While partially/individually (T test) there is a significant effect of Product Quality, Price, and Brand Image on Product Consumer Satisfaction. The results of the coefficient of determination indicate that the magnitude of the contribution to changes in Product Quality, Price and Brand Image on Iphon Product Consumer Satisfaction.*

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

## **BAB I PENDAHULUAN**

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

Kepentingan manusia terhadap teknologi semakin meningkat dan didukung dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang cepat. Perkembangan teknologi berkembang secara meluas dan terus berevolusi hingga sekarang dan semakin mendunia dapat dilihat dalam waktu beberapa tahun kebelakang. 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. Suatu perusahaan yang memiliki strategi marketing yang baik dan memiliki pengaruh besar terhadap kemajuan teknologi ialah Apple Inc. Salah satu produk dari perusahaan ini yang paling dominan atau paling banyak dipilih adalah iphone, dimana didalam beberapa tahun belakangan ini Apple telah mengeluarkan beberapa iphone. Dimana kita ketahui kalau harga yang ditetapkan perusahaan Apple kepada setiap produk mereka itu tergolong mahal tetapi mengapa para pelanggan atau konsumen tetap menggunakan produk yang telah diluncurkan oleh Apple. Setiap perusahaan memiliki tujuan utama yaitu memberikan rasa puas kepada konsumen ataupun calon konsumennya. Bisa dilihat dari lingkungan masyarakat di Desa Karang Agung Kabupaten Pali, sebagian masyarakat merasa puas terhadap produk iphone yang mereka gunakan, dan juga sebagian ada yang merasa kurang puas dengan produk iphone. Kepuasan adalah hasil sebuah penilaian dari konsumen bahwa produk

atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka peroleh dan gunakan. Kepuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen setelah menggunakan sebuah produk dan 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 iphone sendiri yaitu iphone tidak menggunakan USB standar, setidaknya jika charger tertinggal pengguna iphone bisa meminjam charger pemilik pengguna android, harga juga lebih tinggi dibandingkan dengan android, batre juga menjadi permasalahan bagi masyarakat karena batre iphone mempunyai kapasitas yang kecil, tampilan IOS tidak bisa dikustomisasi, dan juga desain dan spesifikasi kurang inovatif, serta produk iphone tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para konsumen atau masyarakat. Kekurangan lainnya ada kurangnya keyakinan sebagai masyarakat untuk membeli iphone karena harganya yang terlalu tinggi dibandingkan dengan dengan produk merek lain.

Kualitas produk ialah suatu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen karena suatu perusahaan diuntut untuk mewujudkan sebuah



produk kualitas yang baik. Kotler dan Armstrong (2016:97) kualitas produk merupakan segala suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Ada beberapa hal yang menarik minat para konsumen pada produk iphone yaitu fitur yang dimiliki iphone yang tidak ada pada merek lain yang menarik minat para masyarakat untuk menggunakannya, tetapi ada juga kekurangan pada fitur pada iphone itu sendiri dimana fitur iphone kebanyakan berbayar salah satunya yaitu ialah ketika mendengarkan musik, perangkat iphone sendiri cepat panas, untuk daya tahan iphone cepat panas dan kapasitas baterai cepat habis serta pembiayaan untuk perbaikan iphone sendiri lebih mahal dibandingkan dengan android, sedangkan android fitur android tidak berbayar, android tidak mudah cepat panas, dan kapasitas baterai yang tahan lama dan beberapa hal ini akan menjadikan para calon konsumen untuk berfikir panjang menggunakan iphone.

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

terlalu memikirkan harga mahal telah sesuai dengan kualitas produk yang mereka dapatkan dari produk tersebut karena gengsi atau trend mengesampingkan fungsi dan manfaat dari produk itu sendiri.

Merek adalah nama penting bagi sebuah produk. Merek (*brand*) adalah janji penjual untuk menyampaikan kumpulan sifat, manfaat, dan jasa spesifik secara konsisten kepada pembeli. Merek terbaik menjadi jaminan mutu. Merek bervariasi dalam besarnya pengaruh dan nilai di pasar. Beberapa merek pada umumnya tidak dikenal oleh kebanyakan pembeli. Merek lain mempunyai tingkat *kesadaran merek* konsumen yang tinggi.

Fitur yang menarik yang ada di iPhone inilah yang membuat sebagian masyarakat Kabupaten Pali Kecamatan Abab 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 masyarakat Desa Karang Agung Kabupaten Pali 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 masyarakat menggunakan produk iPhone sebagian dari mereka yang menjadi sampel mengatakan bahwa harga produk iPhone tidak untuk kalangan bawah karena mengingat harga iPhone yang lumayan mahal.

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

No	Pertanyaan	Setuju	Tidak setuju
1.	Produk iphone sangat sesuai dengan yang diharapkan dan diinginkan.	18	12
2.	Produk iphone menawarkan berbagai pilihan yang menarik dan memadai.	10	20
3.	Iphone menawarkan spesifikasi produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.	19	11
4.	Fitur yang dimiliki iphone ada pada merek lain.	12	18
5.	Fitur pada iphone tidak berbayar.	5	25
6.	Kapasitas batre tahan lama.	11	19
7.	Pengguna iphone hanya untuk kalangan menengah atas.	17	13
8.	Harga iphone sesuai dengan kualitas yang dimiliki.	20	10
9.	Harga iphone tidak sesuai dibandingkan dengan merek yang lain.	10	20
10.	Merek iphone dapat diingat secara mudah	16	14
11.	Produk iphone semakin banyak dikenal dikalangan masyarakat.	23	7
12.	Iphone memiliki ciri khas pada produknya.	24	6
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	

Sumber : Hasil Survey, (2022)

Berdasarkan hasil pra riset penelitian dapat dijelaskan bahwa terlihat bahwa 12 pertanyaan yang mewakili indikator dari variabel yang dibahas yaitu Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone di Desa. Karang Agung Kabupaten Pali rata-rata menjawab tidak setuju.

Iphone di desa. Karang Agung Kabupaten Pali mengalami permasalahan yakni pada kepuasan konsumen, banyak pengguna mengaku

kurang puas dengan produ iphone karena belum sesuai dengan keinginan masyarakat di daerah Desa Karang Agung Kabupaten Pali, karena produk iphone belum menawarkan berbagai pilihan yang menarik dan memadai sehingga belum tercapai tujuan yang diinginkan para masyarakat Desa. Karang Agung Kabupaten Pali, mereka juga menilai dari penawaran spesifikasi produk kurang sesuai dengan kebutuhan konsumen selain itu, produk iphone tidak sesuai dengan yang diharapkan dan diinginkan masyarakat.

Selain dari permasalahan kepuasan konsumen, iphone juga mengalami permasalahan yakni pada bagian kualitas produk, dimana kualitas produk pada iphone ini belum mencapai keinginan para masyarakat di Desa. Karang Agung Kabupaten Pali karena fitur yang dimiliki android tidak ada pada iphone dan juga sebaliknya, fitur pada iphone juga berbayar, tentu itu menjadi salah satu permasalahan bagi masyarakat selain itu masyarakat juga menilai dari daya tahan baterai untuk produk ini bahan yang digunakan seperti apa desain body smartphone iphone yang menggunakan bahan berkualitas tinggi.

Selain dari membahas produk, iphone juga mengalami permasalahan yang ada pada harga yaitu pengguna iphone hanya untuk kalangan menengah keatas saja, masyarakat Desa. Karang Agung Kabupaten Pali juga menilai bahwa harga iphone juga tidak sesuai dengan kualitas yang dimiliki, selain dari itu harga iphone juga lebih mahal jika dibandingkan dengan merek lain, apalagi jika dibandingkan dengan harga android.

Tidak hanya itu, selain dari kualitas produk dan harga. Citra merek juga diakibatkan oleh kepuasan konsumen, dimana citra merek pada produk iphone di Desa Karang Agung Kabupaten Pali yaitu salah satunya yaitu merek memiliki ciri khas yang membedakan produk yang satu dengan produk yang lainnya, walaupun sejenis. Produk iphone juga banyak dikenal para masyarakat, selain dari itu merek iphone juga dapat diingat secara mudah.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk Iphone di Desa Karang Agung Kabupaten Pali.**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Adakah pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen produk iphone di Desa Karang Agung Kabupaten Pali?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk iphone di Desa Karang Agung Kabupaten Pali?
3. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen produk iphone di Desa Karang Agung Kabupaten Pali?
4. Adakah pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen produk iphone di Desa Karang Agung Kabupaten Pali?

### **C. Tujuan Penelitian**

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

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

- Anggraeni B.d. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk The Emina Bright Stuff. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*, 5(1).
- Ardiansyah A.m. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pemakaian Jasa. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang Jember*, 7(4).
- Diah,Dkk (2019).*Metodelogi Penelitian Bisnis. Palembang*: Noerfikri Palembang.
- F.S. Marimas. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pada PT.Air Manado.*Jurnal Riset Ekonomi*, 11(5).
- K.D.Luh Gede (2011). Pengaruh Faktor Kepuasan Konsumen pada Pendewa Mini Market. Bajera: *Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Manajement*. Boston.: Pearson
- Kotler, Amrstrong (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (20017). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13*. Jakarta :Perhallindo.
- Lupiyadi, Rambat. 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta:Erlangga.
- Neneng, S.P., & Rinaldi, S.(2020). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Emina di Mall Kota Kasablanka.(*Jurnal Universitas Persada Indonesia Y.A.I Jakarta*). 20(9).
- Noor, J. (2015). *Metodelogi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Makasar: Kencana Prenada Media Group.
- Parasuraman, Valeri A. Zeithml, and Leonard L. Berry, A. *Conceptual Model of Service L. And Its Implications For Future Research, Journal of Marketing*, No. 49 (fall), 1985.
- Sari, P. S., & Salmah , N. N. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Baju Karate Arawaza. Palembang:*ISSN*, 4(2).
- Savitri, I.A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. *ISSN*.



- Setiyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Simamora, B. (2011), *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani Lilis N. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Nonfisik dan Komunikasi terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah.Jenius V021.No.3*
- Thamrin, A., & Francis, T. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F., & Candra, G (2012). *Pemasaran strategic* (Edisi Kedua ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2000, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta:Andi Offset.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2007). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Yunaida Erni. (2017) Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumnas Evabule di Kota Longsa, *Jurnal Manajmen dan Keuangan, V01 6 No.2*.