

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN SPORT STATION
DI PLAZA THAMRIN MEDAN
(STUDI PADA PRODUK MEREK CONVERSE)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mengikuti Sidang Meja Hijau
Di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara*

DIAJUKAN OLEH :

NAMA MAHASISWA	: FAISAL HIDAYAT
STB/NPM	: 16.312091/71160312091
PROGRAM PENDIDIKAN	: STRATA SATU (S1)
PRODI	: MANAJEMEN
KONSENTRASI	: PEMASARAN



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI
MEDAN
2020**

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikumwarahmatullahiwarokatuh.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat beriring salam kita hadiahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw dan semoga kita mendapat syafaatnya. Amin Yarabbal Alamin.

Penulisan Skripsi ini berjudul : “Pengaruh Kualitas Produk Dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Sport Station Di Plaza Thamrin Medan (Studi Pada Produk Merek Converse)”. Penulisan menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan baik dari segi isi maupun teknis penulisannya, disebabkan minimnya pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran bimbingan dari berbagai pihak demi ksempurnaan Skripsi ini.

Dalam penulisan Skripsi ini tidak terlepas adanya bantuan dari berbagai pihak, baik yang sifatnya moril maupun materil, oleh karena itu pada kesempatan yang baik ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr.Safrida.,S.E.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas
Islam Sumatera Utara Medan.

2. Bapak Nur M, Ridha Tarigan S.E.,M., selaku Pembantu Dekan 1 dan seluruh staf Fakultas Ekonomi UISU yang telah memberi bimbingan pendidikan kepada penulis selama perkuliahan.
3. Bapak Supriadi.,S.E.,M.M.,M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
4. Bapak Dr. T. Ahmad Helmi.,S.E.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberi bimbingan dan masukan kepada penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Tamrin Hasibuan.,S.E.,M.M, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak memberi bimbingan dan masukan kepada penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak, selaku Direktur Utama Sport Station Medan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis melakukan penelitian.
7. Teristimewa untuk Ayahanda tercinta Sudarsono dan Ibunda Faridah Br.Tarigan yang telah memberikan kasih sayang, nasehat, bimbingan serta bersusah payah membesarkan penulis dengan sepenuh hati hingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan.
8. Untuk Abanganda Rio Rizal, Robby Marte, Rudi Zargani, Muhammad Sidik dan Kakanda Indah Pertiwi Amd,Keb. Terimakasih telah memberikan keikhlasan untuk menyemangati penulis.

9. Seluruh kerabat dan teman-teman penulis yang dimana namanya tidak dapat disebutkan satu - persatu yang telah memberikan dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Akhirnya, segala bantuan yang diberikan dari berbagai pihak mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, semoga ilmu yang diperoleh dapat disumbangkan kepada agama, nusa dan bangsa. Amin.

Wassalamu'alaikumwarahmatullahiwarokatuh.

Medan, ...Juni2020

Penulis

FAISAL HIDAYAT

16.312091/71160312091

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Idetifikasi Masalah	3
1.3. Batasan dan Rumusan Masalah	4
1.3.1. Batasan Masalah	4
1.3.2. Rumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II : LANDASAN TEORI	8
2.1. Uraian Teoritis	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Kualitas	9
2.1.3. Produk	10
a. Pengertian	10
b. Klasifikasi Produk	11
2.1.4. Kualitas Produk	12
a. Pengertian	12
b. Dimensi Kualitas Produk (<i>Quality Product</i>)	13

c. Alasan Memproduksi Produk Berkualitas.....	15
2.1.5. Merek	16
a. Pengertian.....	16
b. Makna Dari Suatu Merek	17
c. Konsep Pengukuran Equitas Merek	19
d. Tujuan penggunaan Merek.....	20
e. Keputusan Mengenai Memilih Merek.....	20
2.1.6. Kepuasan Konsumen	22
a. Pengertian.....	22
b. Manfaat Kepuasan Konsumen.....	22
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	23
2.1.7. Hubungan Kualitas Produk, Merek Dengan Kepuasan Konsumen	24
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Konseptual	26
2.4. Hipotesis.....	28
BAB III : METODE PENELITIAN	29
3.1. Lokasi, Objek Waktu Penelitian	29
3.1.1. Lokasi Penelitian	29
3.1.2. Objek Penelitian	29
3.1.3. Waktu penelitian	29
3.2. Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1. Populasi	30

3.2.2. Sampel	30
3.3. Teknik Pengumpulan Data	31
3.4. Operasionalisasi Variabel	32
3.5. Uji validitas dan Reliabilitas	34
3.5.1. Uji Validitas	34
3.5.2. Uji Reliabilitas	35
3.6. Uji Asumsi Klasik	36
3.6.1. Uji Multikolonieritas	36
3.6.2. Uji Heteroskedastisitas	37
3.6.3. Uji Normalitas	37
3.7. Teknik Analisis Data	38
3.7.1. Regresi Linier Berganda	38
3.7.2. Koefesien Determinasi (R^2)	39
3.7.3. Uji Parsial (Uji t)	39
3.7.4. Uji Simultan (Uji f)	41
BAB IV : GAMBARAN UMUM	42
4.1. Tujuan Organisasi/Objek Penelitian.....	42
4.1.1. Sejarah Perusahaan	42
4.1.2. Visi Dan Misi.....	43
4.1.3. Struktur Organisasi Tugas dan Fungsi.....	43
BAB V : ANALISIS DATA	45
5.1. Hasil Penelitian.....	45

5.1.1. Analisis Deskriptif Responden	45
5.1.2. Hasil Statistik Deskriptif.....	49
1. Variabel Kualitas Produk Dan Merek (X)	49
2. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	51
5.2. Uji Instrumen Penelitian	52
5.2.1. Uji Validitas Dan Reliabilitas	52
a. Variabel Kualitas Produk Dan Merek (X)	52
b. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	57
5.3. Uji Asumsi Klasik	58
5.3.1. Uji Multikolonieritas.....	58
5.3.2. Uji Heteroskedastisitas.....	59
5.3.3. Uji Normalitas.....	60
5.4. Analisis Data.....	62
5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda	62
5.4.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	65
5.4.3. Uji t (Parsial).....	66
5.4.4. Uji f (Simultan)	
5.5. Pembahasan	70

5.5.1. Pengaruh Dayatahan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	70
5.5.2. Pengaruh Kemampuan Melayani Terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
5.5.3. Pengaruh Estetika Terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
5.5.4. Pengaruh Kualitas Yang Dipersepsikan Terhadap Kepuasan Konsumen	72
5.5.5. Pengaruh Kinerja Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
5.5.6. Pengaruh Fitur Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	73
5.5.7. Pengaruh Keandalan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	73
5.5.8. Pengaruh Kesesuaian Spesifikasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	74
5.5.9. Pengaruh Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	75
5.5.10. Pengaruh Kualitas Produk Dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	75
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN	77
6.1. Keimpulan	77
6.2. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Tabel Penelitian	29
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian	32
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Nama Dan Alamat.....	45
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin	48
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	48
Tabel 5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Memakai Produk Converse.....	49
Tabel 5.6	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk Dan Merek (X)	50
Tabel 5.7	Distribusi Jawaban Responden Terhadap KepuasanKonsumen (Y).....	51
Tabel 5.8	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk Dan Merek (X).....	52
Tabel 5.9	Uji Reliability Variabel Daya Tahan Produk (X ₁).....	54
Tabel 5.10	Uji Reliability Variabel Kemampuan Melayani (X ₂).....	54
Tabel 5.11	Uji Reliability Variabel Estetika (X ₃).....	54
Tabel 5.12	Uji Reliability Variabel Kualitas Yang Dipersepsikan (X ₄).....	55
Tabel 5.13	Uji Reliability Variabel Kinerja Produk (X ₅)	55
Tabel 5.14	Uji Reliability Variabel Fitur Produk (X ₆)	55
Tabel 5.15	Uji Reliability Variabel Keandalan Produk (X ₇)	56

Tabel 5.16	Uji Reliability Variabel Kesesuaian Spesifikasi Produk (X_8)	56
Tabel 5.17	Uji Reliability Variabel Merek (X_9)	57
Tabel 5.18	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	57
Tabel 5.19	Uji Reliability Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	58
Tabel 5.20	Uji Multikolinieritas	59
Tabel 5.21	Uji Normalitas.....	61
Tabel 5.22	Analisis Regresi Berganda.....	63
Tabel 5.23	Koefisien Determinasi (R^2)	65
Tabel 5.24	Uji t (Parsial).....	67
Tabel 5.25	Uji F (Simultan)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	43
Gambar 5.1 Uji Heteroskedastisitas.....	60
Gambar 5.2 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	61

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Astuti, Sri Wahyuni dan I Gde Cahyadi. (2011). “Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda”. *Majalah Ekonomi*. Tahun XVII. No. 2. Agustus. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Danang, Sunyoto. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa. *Involmenten terhadap Impulse buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*”, April (2011).
- Ghozali, Imam. (2011). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, H. (2010). *5 Faktor Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Japarianto, E dan Sugiharto, S. (2011). “*Pengaruh Life Style dan Fashion*.”
- Kotler, dan Amstrong. (2012). *Marketing Management New Jersey: Pearson Pretice Hall, In*.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Garry. (2011). 10th Edition. “ *Marketing an Introduction*”. Indonesia: Person.
- Kotler, Philip dan Gary, Amstrong. (2012). *Principles Of Marketing*. Edisi 14. *New Jersey: Prentice-Hall Published*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2010). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 jilid satu*. Erlangga: Jakarta.
- Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara: Jakarta

Nazir. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Gahalia Indonesia.

Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Situmorang, D. R., Kualitas Minuman Serbuk Instan Buah terung Belanda (Solanum Betaceum Cav) dengan Variasi Kadar Maltodekstrin. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Yogyakarta. 2012.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung; Afabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung; Afabeta, CV.

Sunyoto, Danang. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.

Suryanto. (2011). Peranan pola hidup sehat terhadap kebugaran jasmani. Artikel Penelitian. Jurusan Pendidikan Kesehatan dan Rekreasi, Fakultas Ilmu Keolahragaan UNY, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandi, Gregorius. (2014). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandi. (2010). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandi. (2014). *Pemasaran Jasa*. C, V Andi Offset. Yogyakarta.