

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KESEDIAAN KONSUMEN  
MEMBAYAR HARGA PREMIUM**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana**

**Ekonomi ( S1 )**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :**

**Margareta Wijaya Setiawan**

**NPM : 110319023**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2015**

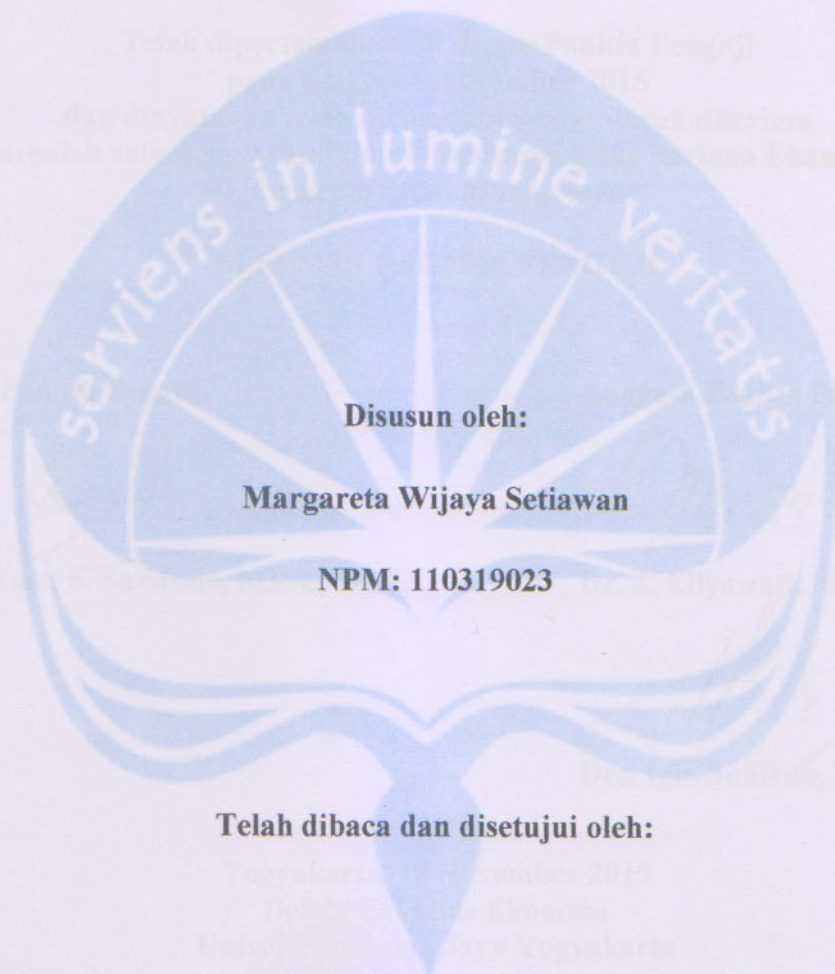
**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KESEDIAAN KONSUMEN  
MEMBAYAR HARGA PREMIUM**

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KESEDIAAN KONSUMEN**

**MEMBAYAR HARGA PREMIUM**

**NPM: 110319023**



**Disusun oleh:**

**Margareta Wijaya Setiawan**

**NPM: 110319023**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing Utama**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "J. Ellyawati", is written over the printed name of the main supervisor.

**Dr. J. Ellyawati, MM.**

**15 Oktober 2015**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KESEDIAAN KONSUMEN  
MEMBAYAR HARGA PREMIUM**

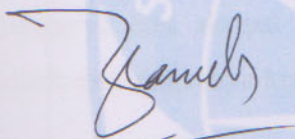
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Margareta Wijaya Setiawan**  
NPM: 110319023

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 6 November 2015  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1)  
Program Studi Manajemen

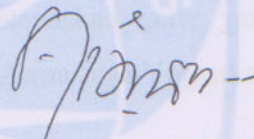
**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

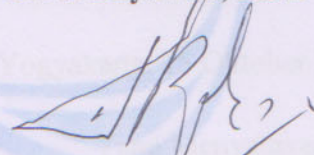


**EF. Slamet S. Sarwono, MBA., DBA.**

**Anggota Panitia Penguji**




**Dr. J. Ellyawati, MM.**



**Drs. Ign. Sukirno, MS**

Yogyakarta, 18 November 2015  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



  
**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KESEDIAAN KONSUMEN MEMBAYAR HARGA PREMIUM**

Benar-benar adalah hasil tulisan saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan dan ide orang lain yang dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka saya bersedia melepaskan gelar yang saya peroleh dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Oktober 2015

Yang Menyatakan



Margareta Wijaya Setiawan

**Everything will be okay in the end, if it's not okay, it's not the end.**

**- Patrick Star -**



Skripsi ini kupersembahkan untuk :

**Tuhan Yesus Kristus**

**Papa dan Mama**

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat kasih dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SI) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak yang bersifat langsung maupun tidak langsung, tugas akhir ini tidak akan terselesaikan. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang selalu memberkati dan menyertai sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Papa dan Mama yang selalu mendoakan, mendukung, memberi semangat untuk penulis dalam menyelesaikan studi S1.
3. Engkong yang juga selalu turut mendoakan dan memberi nasehat, memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
4. Edward dan Jonathan yang selalu memberi semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyusun skripsi.
5. Tjandra Alan Hadinata dan keluarga yang juga turut memberikan dukungan dan doa.
6. Sahabat-sahabat terbaik Della, Deviena, Siska, Willya, Grace, Tiara, Vani yang senantiasa bimbingan bersama, saling memberi semangat dan

dorongan yang berguna bagi kelancaran penyusunan skripsi ini.

Terimakasih juga telah membantu untuk menyebarkan kuesioner.

7. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM selaku dosen pembimbing yang selama ini telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, saran serta motivasi untuk penulis selama penyusunan skripsi.
8. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna penyempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 8 Oktober 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL                                       |      |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....                | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                            | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                            | iii  |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....                 | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                                | v    |
| DAFTAR ISI .....                                    | vii  |
| DAFTAR TABEL .....                                  | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                 | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                               | xii  |
| ABSTRAK .....                                       | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN                                   |      |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                    | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                           | 3    |
| 1.3 Batasan Penelitian .....                        | 3    |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                         | 3    |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                        | 4    |
| BAB II LANDASAN TEORI                               |      |
| 2.1 Konsumen dan Perilaku Keputusan Pembelian ..... | 5    |
| 2.2 Pengertian <i>Brand</i> / Merek .....           | 7    |
| 2.3 <i>Brand Image</i> / Citra Merek .....          | 10   |
| 2.4 Harga Premium / <i>Price Premium</i> .....      | 13   |
| 2.5 Loyalitas Merek / <i>Brand Loyalty</i> .....    | 13   |



|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 2.6 Penelitian Terdahulu ..... | 14 |
| 2.7 Hipotesis .....            | 20 |

### BAB III METODE PENELITIAN

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Bentuk, Tempat dan Waktu Penelitian ..... | 25 |
| 3.2 Populasi dan Pengambilan Sampel .....     | 25 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data .....             | 26 |
| 3.4 Metode Pengukuran Data .....              | 27 |
| 3.5 Metode Pengujian Instrumen .....          | 28 |
| 3.6 Metode Analisis Data .....                | 28 |

### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

|   |    |
|---|----|
| 4.1 Pengujian Instrumen .....                                 | 30 |
| 4.1.1 Uji Validitas .....                                     | 30 |
| 4.1.2 Uji Reliabilitas .....                                  | 32 |
| 4.2 Karakteristik Demografi .....                             | 32 |
| 4.2.1 Karakteristik Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 33 |
| 4.2.2 Karakteristik Demografi Berdasarkan Umur .....          | 33 |
| 4.2.3 Karakteristik Demografi Berdasarkan Pendapatan .....    | 34 |
| 4.3 Verifikasi Hipotesis .....                                | 34 |
| 4.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Harga Premium.....        | 35 |
| 4.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas.....            | 38 |
| 4.4 Pembahasan .....  | 41 |

## BAB V PENUTUP

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan .....           | 43 |
| 5.2 Implikasi Managerial ..... | 44 |
| 5.3 Saran .....                | 44 |

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....                              | 16 |
| Tabel 4.1 Ringkasan hasil uji validitas .....                     | 31 |
| Tabel 4.2 Ringkasan Hasil Uji Realibilitas.....                   | 32 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 33 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Demografi Berdasarkan Umur Responden..... | 33 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Demografi Berdasarkan Pendapatan .....    | 34 |
| Tabel 4.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Harga Premium.....        | 35 |
| Tabel 4.7 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas.....            | 38 |

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian .....6

Gambar 2.2. Kerangka Hipotesis.....24



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Analisis Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 : Analisis Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Analisis Regresi
- Lampiran 5 : Jawaban Responden



PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KESEDIAAN KONSUMEN  
MEMBAYAR HARGA PREMIUM

Disusun oleh:

Margareta Wijaya Setiawan

NPM: 110319023

Pembimbing:

Dr. J. Ellyawati, MM.

Abstrak

Penelitian ini meneliti pengaruh citra merek terhadap kesediaan konsumen membayar harga premium dan meneliti pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek. Dalam penelitian ini citra merek terbentuk dari beberapa variabel yaitu kesadaran merek, persepsi kualitas, CSR, negara asal produk, citra sosial dan keunikan. Subyek yang diteliti adalah The Body Shop. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 231 responden dengan dengan teknik *purposive sampling*. Data diambil dengan cara menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam riset ini adalah analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS versi 16.

Hasil penelitian menunjukkan citra merek berpengaruh positif terhadap kesediaan konsumen untuk membayar harga premium. Citra merek juga berpengaruh positif terhadap loyalitas.

**Kata Kunci :** Citra Merek, Harga Premium, Loyalitas Merek, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, CSR, Negara Asal Produk, Citra Sosial, Keunikan