

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS,
KEPERCAYAAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP
PREFERENSI MEREK DAN LOYALITAS KONSUMEN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Deviena Eprilliana

NPM : 11 03 18851

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2016**

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS,
KEPERCAYAAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP
PREFERENSI MEREK DAN LOYALITAS KONSUMEN**

Disusun oleh :

Deviena Eprilliana

NPM : 11 03 18851

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. J. Ellyawati, MM.

Tanggal 14 Desember 2015

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS,
KEPERCAYAAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP
PREFERENSI MEREK DAN LOYALITAS KONSUMEN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

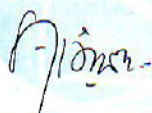
Deviena Eprilliana

NPM : 11 03 18851

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 15 Januari 2016
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

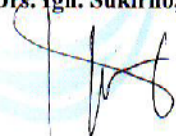


Dr. J. Ellyawati, MM.

Anggota Panitia Penguji



Drs. Ign. Sukirno, MS.



Dra. AM. Rosa Widjojo, MBA.

Yogyakarta, 15 Januari 2016
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

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

PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS, KEPERCAYAAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP PREFERENSI MEREK DAN LOYALITAS KONSUMEN

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiaris sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijasah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Desember 2015

Yang menyatakan



Deviena Eprilliana

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penelitian ini adalah salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 dari Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu dalam penelitian ini. Karena atas bantuannya baik berupa ide, gagasan, materi maupun bantuan berupa spirit mampu mendorong penulis untuk menyelesaikan penelitian dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
2. Para dosen, staf dan karyawan Fakultas ekonomi yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan pelayanan kepada penulis.
3. Papa dan Mama tercinta, yang telah berkenan memberikan dorongan doa, kasih sayang dan pengorbanan yang tak ternilai. Keindahan dalam hidup ini adalah saat melihat Papa dan Mama Tersenyum bahagia.
4. Saudara-saudaraku semua yang selalu memberikan doa dan dorongan kepada penulis.

5. Teman-teman angkatan 2011 yang selalu meberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Sahabat dan orang-orang yang telah berjasa kepadaku, yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.

Akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Kuasa berkenan memberikan berkat yang berlimpah kepada Bapak/Ibu dan teman-teman semua.

Yogyakarta, Desember 2015

Penulis

Deviena Eprilliana

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Orang yang hebat tidak dihasilkan melalui
kemudahan, dan kenyamanan.

Mereka dibentuk melalui kesukaran dan tantangan.

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

Papa & Mama Tersayang

Semua umat Tuhan

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto Dan Persembahan	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Intisari	xiii
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II Landasan Teori	9
2.1. Harga	9
2.2. Kualitas	13
2.3. Kepercayaan	18
2.4. Citra Merek	22
2.5. Preferensi Merek	25
2.6. Loyalitas Merek	26
2.7. Penelitian Terdahulu	31
2.8. Kerangka Penelitian	32

2.8. Hipotesis Penelitian	34
BAB III Metode Penelitian	38
3.1. Jenis dan Waktu Penelitian.....	38
3.2. Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	38
3.3. Metode Pengumpulan Data	39
3.4. Metode Pengukuran Data	43
3.5. Metode Pengujian Instrumen.....	44
3.6. Metode Analisis Data	46
BAB IV Analisis Data	48
4.1. Analisis Karakteristik Demografi Responden.....	48
4.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	50
4.3. Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Kepercayaan Terhadap Preferensi Merek	52
4.4. Pengaruh Preferensi Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	55
4.5. Pembahasan.....	56
BAB V Penutup	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Implikasi Manajerial	63
5.3. Saran	64
Daftar Pustaka	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Uji Validitas	45
Tabel 3.2. Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.1. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.2. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	49
Tabel 4.3. Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Layanan Natasha Skin Care	50
Tabel 4.4. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	51
Tabel 4.5. Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Kepercayaan Terhadap Preferensi Merek	53
Tabel 4.6. Pengaruh Preferensi Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Piramida Loyalitas.....	28
Gambar 2.2. Model Penelitian Afsar (2014).....	33
Gambar 2.3. Model Penelitian Chinomona <i>et al.</i> , (2013).....	33
Gambar 2.4. Kerangka Penelitian.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	III	Analisis Persentase
Lampiran	IV	Analisis Regresi Berganda
Lampiran	V	Data Jawaban Responden
Lampiran	VI	Tabel Distribusi R 5%



PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS, KEPERCAYAAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP PREFERENSI MEREK DAN LOYALITAS KONSUMEN

Disusun oleh :
Deviena Eprilliana
NPM : 11 03 18851

Dosen Pembimbing:
Dr. J. Ellyawati, MM.

Intisari

Persaingan bisnis dalam industri jasa layanan kecantikan dewasa ini menjadi semakin ketat. Untuk tetap dapat eksis dalam persaingan bisnis, pihak perusahaan harus mampu menciptakan konsumen yang loyal pada produk atau jasa layanan perusahaan. Chinomona *et al.*, (2013) dalam penelitiannya menemukan bukti yang nyata bahwa loyalitas konsumen dipengaruhi oleh faktor preferensi merek. Preferensi merek dipengaruhi oleh faktor persepsi harga, persepsi kualitas, kepercayaan, citra merek dan citra merek (Afsar (2014).

Penelitian ini dilakukan pada konsumen jasa layanan kecantikan Natasha Skin Care. Hasil penelitian yang dilakukan pada 200 orang konsumen Natasha Skin Care ini memberikan bukti yang nyata bahwa citra merek secara signifikan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Hasil lain dari penelitian ini memberikan informasi bahwa persepsi harga, persepsi kualitas dan kepercayaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap preferensi merek. Penelitian ini juga memberikan informasi bahwa, kesukaan konsumen pada suatu merek dalam jangka panjang akan meningkatkan loyalitas konsumen pada produk atau merek tertentu.

Kata kunci : Persepsi harga, persepsi kualitas, kepercayaan, citra perusahaan, preferensi merek dan loyalitas konsumen.