

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, CITA RASA DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
MIE GACOAN GRESIK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

**Zafiroh Nurul Janah
NPM : 1121800087**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2022**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, CITA RASA DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
MIE GACOAN GRESIK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

**Zafiroh Nurul Janah
NPM : 1121800087**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2022**


TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

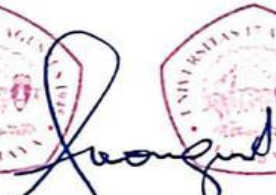
Nama : Zafiroh Nurul Janah
NBI : 1121800087
Judul : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, CITA RASA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GACOAN GRESIK**

Surabaya, 1 Juli 2022

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Di setujui Oleh,
Dosen pembimbing


Dr. Dra. Avun Maduwinarti, M.P.
NPP.20120.87.0103


Dr. IGN. Anom Maruta, M.M.
NPP.20120.86.0056

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 27 juni 2022

Dosen Penguji:

Dr. IGN. Anom Maruta, MM.
Ketua



Dra. Diana Juni Mulyati, MM.
Anggota



Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM.
Anggota



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayu Maduwatri, M.P.
NPP.20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Zafiroh Nurul Janah

NPM : 1121800087

Program studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Cita Rasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Mie Gacoan Gresik

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 23 Juni 2022

Yang membuat pernyataan



Zafiroh Nurul Janah



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zafroh Nurul Janah
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

pengaruh Brand Image, Citra Rasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Mie Gacoran Gacok.

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 23 Juni 2022

Yang Menyatakan



(Zafroh Nurul Janah)

“MOTTO”

“Kita semua sedang berproses dengan alur kehidupan masing-masing. Jalani hidupmu dengan cara terbaikmu dan jangan memaksa untuk terus sama seperti orang lain”

“Ada hal-hal yang terasa berat sekali untuk dilalui, tapi tetap harus dilalui. Terasa sulit sekali diterima, tapi tetap harus diterima. Hidup kadang suka kelawatan memberi sesuatu. Tapi Allah selalu punya cara untuk membantu”

“Selalu ada harapan bagi orang yang berdoa, selalu ada jalan bagi orang yang sering berusaha dan selalu ada kesuksesan bagi yang yakin dan percaya”

ABSTRAK

Persaingan bisnis kini semakin ketat, seperti sekarang ini banyak sekali usaha kuliner yang bermunculan dengan beragam ciri khas dan keunggulan masing-masing. Agar suatu usaha dapat terus bersaing dalam dunia bisnis maka perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. salah satu perusahaan yang terlibat dalam persaingan bisnis adalah Mie Gacaoan. Mie Gacaoan telah memiliki berbagai cabang di pulau jawa dan bali, salah satunya di kota Gresik. Mie Gacaoan merupakan salah satu restoran di Gresik yang menawarkan makanan berupa Mie pedas dengan tingkat kepedasan yang bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Image*, Cita Rasa dan Harga secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli Mie gacaoan Gresik, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari 96 responden menggunakan metode non probabilitas sampling dan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert 1-5. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacaoan Gresik, Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacaoan Gresik, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacaoan Gresik, dan *Brand Image*, Cita Rasa, dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh *Brand Image*, Cita Rasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada penelitian ini sebesar 66,9% dan sisanya sebesar 31,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata Kunci : Brand Image, Cita Rasa, Harga dan Kepuasan Konsumen

ABSTRAK

Business competition is getting tougher, as nowadays there are a lot of culinary businesses that have sprung up with various characteristics and advantages of each. In order for a business to continue to compete in the business world, the company must be able to meet the needs and desires of consumers. one of the companies involved in business competition is Mie Gacaoan. Mie Gacaoan already has various branches on the islands of Java and Bali, one of which is in the city of Gresik. Mie Gacaoan is one of the restaurants in Gresik that offers food in the form of spicy noodles with a level of spiciness that can be adjusted to the wishes of consumers. The purpose of this study is to determine and analyze the effect of Brand Image, Taste and Price partially and simultaneously on consumer satisfaction. This type of research is quantitative research with associative research type. The population used in this study were consumers who had bought Mie gacaoan Gresik, while the sample used in this study was taken from 96 respondents using a non-probability sampling method and data collection using a questionnaire with a Likert scale of 1-5. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis, validity test, reliability test, classical assumption test and hypothesis testing. The results of this study indicate that Brand Image has a positive and significant effect on consumer satisfaction at Mie Gacaoan Gresik, Taste has a positive and significant effect on consumer satisfaction at Mie Gacaoan Gresik, Price has a positive and significant effect on consumer satisfaction at Mie Gacaoan Gresik, and Brand Image , Taste, and Price together have a positive and significant effect on consumer satisfaction. The effect of Brand Image, Taste and Price on Consumer Satisfaction in this study was 66.9% and the remaining 31.1% was influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Brand Image, Taste, Price and Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Dzat yang Maha Kuasa atas segala sesuatu. Hanya karena Kuasa dan KaruniaNya Penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Brand Image*, Cita Rasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Mie Gacaon Gresik**”. Tak lupa sholawat serta salam penulis sanjungkan kepada baginda Rasulullah Saw yang telah meletakkan kerangka peradaban “*Khoiru Ummah*” serta menerangi perjalanan hanif manusia.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dengan tersusunnya skripsi ini, penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kelancaran dan kemudahan
2. Kedua orang tua yang saya cintai serta keluarga penulis yang senantiasa selalu mengiringi dengan doa-doa kepada Allah SWT, kasih sayang dan dorongan serta semangat kepada penulis
3. Bapak Dr. IGN. Anom Maruta, MM selaku dosen pembimbing pertama dan bapak Drs. Agung Pudjianto, MM selaku pembimbing kedua yang selalu meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan kepada saya
4. Untuk diri saya sendiri yang tetap semangat dan sabar mengerjakan skripsi hingga selesai
5. Untuk sahabat-sahabat saya Aindah dan Sella yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan berbagi ilmunya kepada penulis
6. Untuk sahabat saya, Fida dan Nurul yang selalu memberikan support dan bantuannya kepada penulis saat mengerjakan skripsi
7. Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2018, yang telah menjalani studi ini bersama-sama dan kepada para Dosen yang telah mengajarkan kami selama perkuliahan ini
8. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner saya.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah bapak, ibu dan saudara berikan kepada penulis dengan kebaikan yang lebih besar disertai dengan rahmat dan kasih sayang-Nya. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh

dari sempurna, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang ada pada diri penulis, baik secara teoritis maupun praktis, semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah turut membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, oleh karena itu, penulis berharap atas saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Surabaya, 22 Juni 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Zmyh', written in a cursive style.

(Zafiroh Nurul Janah)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	
HALAMAN SAMPUL DALAM	
HALAMAN JUDUL.....	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRAK</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Pengertian Pemasaran	18
2.2.2 Pengertian Marketing Mix	18
2.2.3 <i>Brand</i>	21
2.2.4 <i>Brand Image</i>	21
2.2.5 Cita Rasa	25

2.2.6 Harga	26
2.2.7 Kepuasan Konsumen	29
2.3 Definisi Konsep.....	33
2.4 Definisi Operasional.....	34
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran.....	35
2.6 Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Rancangan Penelitian	37
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel	38
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	38
3.3.1 Skala Pengukuran	38
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	39
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	39
3.4.1 Jenis data	39
3.4.2 Sumber Data	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Penyajian Data.....	45
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	45
4.1.2 Karakteristik Responden	45
4.1.3 Uji Instrumen	47
4.2 Tabulasi Data	49
4.2.1 Tabulasi Data Variabel	49
4.2.2 Skala Pengukuran	61
4.2.2.1 Rekapitulasi Jawaban Responden	61
4.3 Analisis Data	66
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	66
4.3.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	68
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.3.4 Uji Hipotesis	69

4.4 Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Rekomendasi.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
Lampiran	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Skala Likert	39
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabel	48
Tabel 4.6 Hasil Tabulasi Variabel <i>Brand Image</i>	49
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Variabel Cita Rasa.....	52
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi Variabel Harga	55
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Variabel Kepuasan Konsumen	58
Tabel 4.10 Interval Rata-rata Scor.....	61
Tabel 4.11 <i>Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Brand Image</i>	61
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Cita Rasa	63
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga	64
Tabel 4.14 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel.....	65
Kepuasan Konsumen	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (uji t).....	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (uji F).....	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Antrian Mie Gacoan.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Dasar Pemikiran	35
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Data Model P-P Plot.....	66
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	67

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	79
Lampiran 2. Tabulasi Karakteristik Responden	83
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas.....	96
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas.....	100
Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik	101
Lampiran 6. Uji Linere Berganda.....	103
Lampiran 7. Uji Koefisien R Square	103
Lampiran 8. Uji F	103
Lampiran 9. Uji t	103
Lampiran 10. Uji Perintah Revisi	102
Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi	105
Lampiran 12 Hasil Uji Turnitin	106