

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PRESEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK MINUMAN MEREK JERUK POINT DI SIDOARJO



Oleh :

MOCHAMMAD DICKY RAMADHANI
NBI: 1212200175

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2025

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PRESEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK
MINUMAN MEREK JERUK POINT DI SIDOARJO**



Oleh:

MOHAMMAD DICKY RAMADHANI

NBI: 1212200175

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PRESEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK
MINUMAN MEREK JERUK POINT DI SIDOARJO**



Oleh:

MOCHAMMAD DICKY RAMADHANI

NBI: 1212200175

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PRESEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK
MINUMAN MEREK JERUK POINT DI SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

Oleh:

Mochammad Dicky Ramadhani

NBI: 1212200175

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Mochammad Dicky Ramadhani
NBI : 1212200175
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Presepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Minuman Merek Jeruk Point di Sidoarjo.

Surabaya, 30 November 2025
Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing



Drs. Ec. Rudi Santoso, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 13 Desember 2025.

TIM PENGUJI:

1. Drs. Ec. Rudy Santoso, MM.

- Ketua

2. Drs. Ec. Sigit Santoso, MM.

- Anggota

3. Drs. Ec. Mataji, MM.

- Anggota

Mengesahkan

D e k a n,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ak., M.S., CA., CPA.

NPP. 20220.85.0043

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap (KTP) : Mochammad Dicky Ramadhani
2. NBI : 1212200175
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. NIK (KTP) : 3515022710030001
5. Alamat Rumah (KTP) : Desa Wirobiting RT.04 RW.02 Kecamatan Prambon, Sidoarjo

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Presepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Minuman Merek Jeruk Point di Sidoarjo.

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 26 November 2025

Yang Membuat,



(Mochammad Dicky Ramadhani)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail: perpus@untag-sby.ac.id

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

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mochammad Dicky Ramadhani
NBI/NPM : 1212200175
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek

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

“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Presepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Minuman Merek Jeruk Point di Sidoarjo”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (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 : 08 Januari 2026

Yang Menyatakan,



(Mochammad Dicky Ramadhani)

KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, Tugas akhir ini kuperssembahkan kepada seluruh pihak yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih kepada Allah SWT, sumber kekuatan, petunjuk, dan harapan dalam setiap langkah. Orang tuaku tercinta, yang dengan cinta, doa, pengorbanan, dan dukungan tanpa batas menjadi alasan terbesarku untuk terus berjuang dan tidak menyerah. Keluarga besar, yang selalu memberikan semangat, perhatian, dan tempat pulang dengan penuh kehangatan. Para dosen, dan pembimbing, yang telah menuntun dengan ilmu, bimbingan, dan keteladanan sehingga membuka jalan bagiku untuk terus berkembang. Sahabat-sahabat seperjuangan, yang selalu hadir memberikan tawa, dukungan, dan motivasi saat perjalanan ini terasa berat. Dan akhirnya, untuk diriku sendiri, yang telah bertahan, berproses, dan tidak berhenti berusaha hingga mencapai titik ini. Semoga karya ini dapat membawa manfaat dan menjadi langkah kecil menuju perubahan yang lebih baik.

MOTTO

“Gantungkan cita-citamu setinggi langit. Bermimpilah setinggi langit, jika engkau jatuh, engkau akan jatuh di antara bintang-bintang.” (*Ir. Soekarno*)

“Hidup adalah perjuangan tanpa henti. Jika berhenti berjuang, maka berhenti hidup.” (*Buya Hamka*)

“Kesuksesan tidak datang kepada mereka yang menunggu, tetapi kepada mereka yang berani mengambil langkah.” (*Stephen R. Covey — The 7 Habits of Highly Effective People*)

“Keberhasilan bukan milik mereka yang selalu kuat, tetapi milik mereka yang tidak pernah berhenti meski berkali-kali jatuh.” (*Mochammad Dicky Ramadhani*)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan Program Sarjana Manajemen dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh Pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Drs. Ec. Rudi Santoso, MM., selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses kuliah saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ak., M.S., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti, M.Si., selaku ketua penguji dan Dr. Tan Evan Tandyono, S.E., S.Pd.K., M.PSDM, selaku penguji, dalam siding proposal dan siding skripsi, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga sidang skripsi. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Dr. Gustaf Naufan Febrianto, A.Md., SE., M.M, selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak

membantu kelancaran proses perkuliahan saya. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.

6. Bapak/Ibu Dosen dan Staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
7. Orang tua tercinta, Ayah dan Ibu, yang selalu menjadi sumber kekuatan dalam hidup penulis. Doa yang tiada henti, kasih sayang, dorongan, pengorbanan, serta kepercayaan yang diberikan, telah menjadi motivasi terbesar bagi penulis untuk terus berusaha dan tidak menyerah hingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak kesalahan dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah “Jika engkau lelah, ingatlah mengapa engkau memulai. Jika engkau menyerah, ingatlah wajah-wajah yang menaruh harapan padamu.”

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 25 November 2025

(Mochammad Dicky Ramadhani)

ABSTRAK

Kepuasan Konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan dan Kepuasan Konsumen sesuatu yang bersifat individual dan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Konsumen yang merasa puas dari suatu produk yang dibelinya cenderung akan mengatakan hal-hal yang baik mengenai merek dari produk tersebut kepada orang lain. Kepuasan dari seorang pembeli produk terdapat tiga hal yang mempengaruhinya, kualitas produk yang memberikan pengalaman positif, citra merek yang kuat dan baik, dan persepsi harga yang sesuai dengan nilai dan manfaat produk.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap Kepuasan Konsumen produk minuman merek Jeruk Point di Sidoarjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini Adalah 92 responden dengan teknik *simple random sampling*. Dalam pengumpulan data menggunakan bantuan kuesioner dengan pengukuran skala *likert*. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan SPSS Versi 25, pengujian yang digunakan antara lain Uji Instrumen data yaitu Uji Validitas dan Reliabilitas. Uji Asumsi Klasik yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas. Dengan analisis data menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Koefisien Determinasi (R^2). Penelitian ini menggunakan Uji T dan Uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Produk pada produk minuman merek Jeruk Point di Sidoarjo, Citra Merek dan Persepsi Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen produk minuman merek Jeruk Point di Sidoarjo.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Consumer satisfaction is crucial, and it's an individual phenomenon with varying levels of satisfaction. Satisfied consumers tend to speak favorably about the brand to others. Three factors influence customer satisfaction: product quality, which provides a positive experience, a strong and positive brand image, and a perceived price that aligns with the product's value and benefits.

This study aims to analyze the influence of product quality, price, and brand image on consumer satisfaction with Jeruk Point beverages in Sidoarjo. The research employed a quantitative method, with a sample size of 92 respondents using a simple random sampling technique. Data collection used a questionnaire with a Likert scale. The data were then processed using SPSS Version 25. The tests used included data instrument testing, namely validity and reliability testing, and classical assumption testing, namely normality testing, multicollinearity testing, and heteroscedasticity testing. Data analysis used Multiple Linear Regression Analysis and the Coefficient of Determination (R^2) test. This study employed the T-test and F-test.

The results of this study indicate that Product Quality, Brand Image, and Price Perception have a significant partial effect on Consumer Satisfaction. Product Quality, Brand Image, and Price Perception simultaneously significantly influence Consumer Satisfaction for Jeruk Point brand beverages in Sidoarjo.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Price Perception, and Customer Satisfaction*

RINGKASAN

Di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi dan arus informasi sangat maju sehingga mendorong persaingan bisnis yang ketat di berbagai sektor. Agar mampu bertahan dan unggul dalam persaingan, perusahaan harus dapat menciptakan nilai pada setiap produk yang ditawarkan serta menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menguasai pangsa pasar. Konsumen masa kini lebih selektif dan menilai produk berdasarkan kualitas, citra merek, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima. Kepuasan Konsumen terbentuk ketika harapan mereka sesuai dengan kualitas produk, dan kepuasan tersebut mendorong terjadinya pembelian ulang serta rekomendasi positif.

Pada produk minuman merek Jeruk Point di Kabupaten di Sidoarjo, persaingan antar UMKM minuman jeruk peras semakin meningkat seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih memilih produk sehat. Namun, hasil menunjukkan adanya beberapa permasalahan, seperti ketidakstabilan rasa, kualitas bahan baku yang dipengaruhi musim, proses pengolahan dan pengemasan yang belum optimal, citra merek yang kurang kuat, serta persepsi harga yang dianggap tidak sebanding dengan manfaat yang diterima. Bahkan terdapat perbedaan harga antar outlet yang memengaruhi penilaian konsumen.

Permasalahan tersebut dapat menghambat kepuasan dan loyalitas konsumen sehingga berpotensi melemahkan daya saing usaha. perlu dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi tingkat Kepuasan Konsumen secara lebih mendalam. Oleh karena itu produk minuman merek Jeruk Point di Kabupaten Sidoarjo harus mempertahankan Kepuasan Konsumen dengan memberikan pengalaman positif pada kualitas produk, citra merek yang kuat dan baik, dan persepsi harga yang sesuai dengan nilai dan manfaat produk.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Minuman Merek Jeruk Point di Sidoarjo”. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Minuman Merek Jeruk Point di Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* dengan jumlah sampel 92 responden. Data yang digunakan Adalah data primer. Dalam pengumpulan data menggunakan bantuan kuesioner dengan pengukuran skala *likert*. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan SPSS Versi 25, pengujian yang digunakan antara lain Uji Instrumen data yaitu Uji Validitas dan Reliabilitas. Uji Asumsi Klasik yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas. Dengan analisis data menggunakan

Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Koefisien Determinasi (R^2). Penelitian ini menggunakan Uji T dan Uji F.

Hasil analisis menyimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen diperoleh nilai signifikansi $0,010 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa H1 diterima. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa H2 diterima. Presepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa H3 diterima. Kualitas Produk, Citra Merek dan Presepsi Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Uji koefisien determinasi R^2 bernilai 0,898, hal ini berarti bahwa pengaruh variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan Presepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 89,8%

SUMMARY

In today's era of globalization, technological developments and the rapid flow of information have driven intense business competition across various sectors. To survive and excel in this competition, companies must create value in each product they offer and implement appropriate marketing strategies to capture market share. Today's consumers are more selective and evaluate products based on quality, brand image, and the appropriateness of price relative to the benefits received. Consumer satisfaction is achieved when their expectations are met with product quality, and this satisfaction leads to repeat purchases and positive recommendations.

For the Jeruk Point beverage brand in Sidoarjo Regency, competition among MSMEs producing squeezed orange drinks has intensified due to changes in people's lifestyles toward healthier products. However, results indicate several issues, such as inconsistent taste, seasonal impacts on raw material quality, suboptimal processing and packaging, a weak brand image, and perceived price disproportionate to the benefits received. Price differences between outlets even influence consumer evaluations.

These issues can hinder consumer satisfaction and loyalty, potentially weakening business competitiveness. A deeper understanding of the factors influencing consumer satisfaction is necessary. Therefore, Jeruk Point brand beverage products in Sidoarjo Regency must maintain consumer satisfaction by providing a positive experience with product quality, a strong and positive brand image, and a price perception that aligns with the product's value and benefits.

This thesis, entitled "The Effect of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on Consumer Satisfaction with Jeruk Point Brand Beverage Products in Sidoarjo," aims to analyze the influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on Consumer Satisfaction with Jeruk Point Brand Beverage Products in Sidoarjo. This study employed quantitative methods and simple random sampling techniques with a sample size of 92 respondents. The data used were primary data. Data collection used a questionnaire with a Likert scale. The obtained data were then processed using SPSS Version 25. The tests used included data instrument testing, namely validity and reliability tests. Classical assumption tests, namely normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests. Data analysis used Multiple Linear Regression Analysis and the Coefficient of Determination (R^2) test. This study used the T-test and F-test.

The analysis concluded that Product Quality significantly influences Consumer Satisfaction, with a significance value of $0.010 < 0.05$. This proves that H_1 is accepted. Brand Image significantly influences Consumer Satisfaction, with a

significance value of $0.000 < 0.05$. This proves that H2 is accepted. Price Perception significantly influences Consumer Satisfaction, with a significance value of $0.000 < 0.05$. This proves that H3 is accepted. Product Quality, Brand Image, and Price Perception simultaneously significantly influence Consumer Satisfaction, with a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination R² test was 0.898, indicating that the influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on Consumer Satisfaction is 89.8%.

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
SUMMARY.....	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Kepuasan Konsumen	7
2.1.2.1 Definisi Kepuasan Konsumen	7
2.1.2.2 Dimensi Kepuasan Konsumen	8
2.1.2.3 Indikator Kepuasan Konsumen	8
2.1.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	8
2.1.3 Kualitas Produk.....	9
2.1.3.1 Definisi Kualitas Produk	9
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk	10

2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk	10
2.1.3.4 Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	11
2.1.4 Citra Merek	12
2.1.4.1 Definisi Citra Merek.....	12
2.1.4.2 Dimensi Citra Merk.....	13
2.1.4.3 Indikator Citra Merek.....	14
2.1.4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	14
2.1.5 Persepsi Harga.....	15
2.1.5.1 Definisi Persepsi Harga.....	15
2.1.5.2 Dimensi Persepsi Harga	15
2.1.5.3 Indikator Persepsi Harga	16
2.1.5.4 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Hubungan Antar Variabel	20
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	20
2.3.2 Hubungan Citra Merk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	21
2.3.3 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	21
2.3.4 Hubungan Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	22
2.4 Kerangka Konseptual	23
2.5 Hipotesis.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	25
3.2.1 Tempat Penelitian.....	25
3.2.2 Waktu Penelitian	25
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.3.1 Jenis Data.....	25
3.3.2 Sumber Data.....	25
3.4 Populasi dan Sampel	25
3.4.1 Populasi.....	25
3.4.2 Sampel.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Definisi Variabel Dan Definisi Operasional.....	28
3.6.1 Kualitas Produk (X_1).....	28
3.6.2 Citra Merek (X_2)	28

3.6.3 Persepsi Harga (X_3).....	28
3.6.4 Kepuasan Konsumen (Y).....	29
3.7 Proses Pengolahan Data	30
3.8 Metode Analisis Data	31
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis.....	31
3.9.1 Uji Asumsi Klasik	31
3.9.1.1 Uji Normalitas	31
3.9.1.2 Uji Multikolinearitas	31
3.9.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.9.2 Metode Analisis	32
3.9.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
3.9.3 Uji Signifikansi Koefisien Regresi	32
3.9.3.1 Uji Kelayakan (Uji F).....	32
3.9.3.2 Uji Parsial (Uji T).....	32
3.9.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	33
3.9.5 Pengujian Hipotesis	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Visi dan Misi Produk Minuman Merek Jeruk Point di Sidoarjo	36
4.1.2 Struktur Organisasi Produk Minuman Merek Jeruk Point di Sidoarjo ..	36
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	38
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	38
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	39
4.2.2 Deskripsi Tanggapan Responden	40
4.2.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_1).....	41
4.2.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X_2)	42
4.2.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X_3).....	43
4.2.2.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	44
4.3 Uji Instrumen	45
4.3.1 Uji Validitas.....	45
4.3.2 Uji Reliabilitas	47
4.4 Uji Asumsi Klasik	47
4.4.1 Uji Normalitas.....	47

4.4.2 Uji Multikolinearitas	49
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.5 Analisis Data	51
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
4.6 Pengujian Hipotesis.....	52
4.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	53
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)	54
4.7 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian.....	54
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	55
4.7.2 Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	56
4.7.3 Pengaruh Presepsi Harga (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	57
4.7.4 Pengaruh Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), dan Presepsi Harga (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	57
4.8 Implikasi Penelitian.....	57
4.8.1 Implikasi Teoritis	58
4.8.2 Implikasi Praktis	58
4.9 Keterbatasan Penelitian.....	58
BAB V PENUTUP	59
5.1 SIMPULAN	59
5.2 SARAN	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4. 1 Produk Minuman Merek Jeruk Point di Sidoarjo.....	35
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Produk Minuman Merek Jeruk Point di Sidoarjo.....	36
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas.....	48
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 2 Data Identitas Responden	76
Lampiran 3 Tabulasi Data	82
Lampiran 4 Deskripsi Data	94
Lampiran 5 Hasil Olah Data	95
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	104
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas	106
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas	107
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	107
Lampiran 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	108
Lampiran 11 Hasil Koefisien Determinasi	108
Lampiran 12 Hasil Uji T	108
Lampiran 13 Hasil Uji F	109
Lampiran 14 LOA	110
Lampiran 15 Kartu Bimbingan	111
Lampiran 16 Hasil Turnitin	112