

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PRODUK H&M STORE DI GANDARIA CITY MALL**

**SKRIPSI**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PRODUK H&M STORE DI GANDARIA CITY MALL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar  
SARJANA MANAJEMEN**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**



**Disusun Oleh:**

Nama :Ema Ratna Puri

Nim :041601503125096

Fakultas / Jurusan :Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

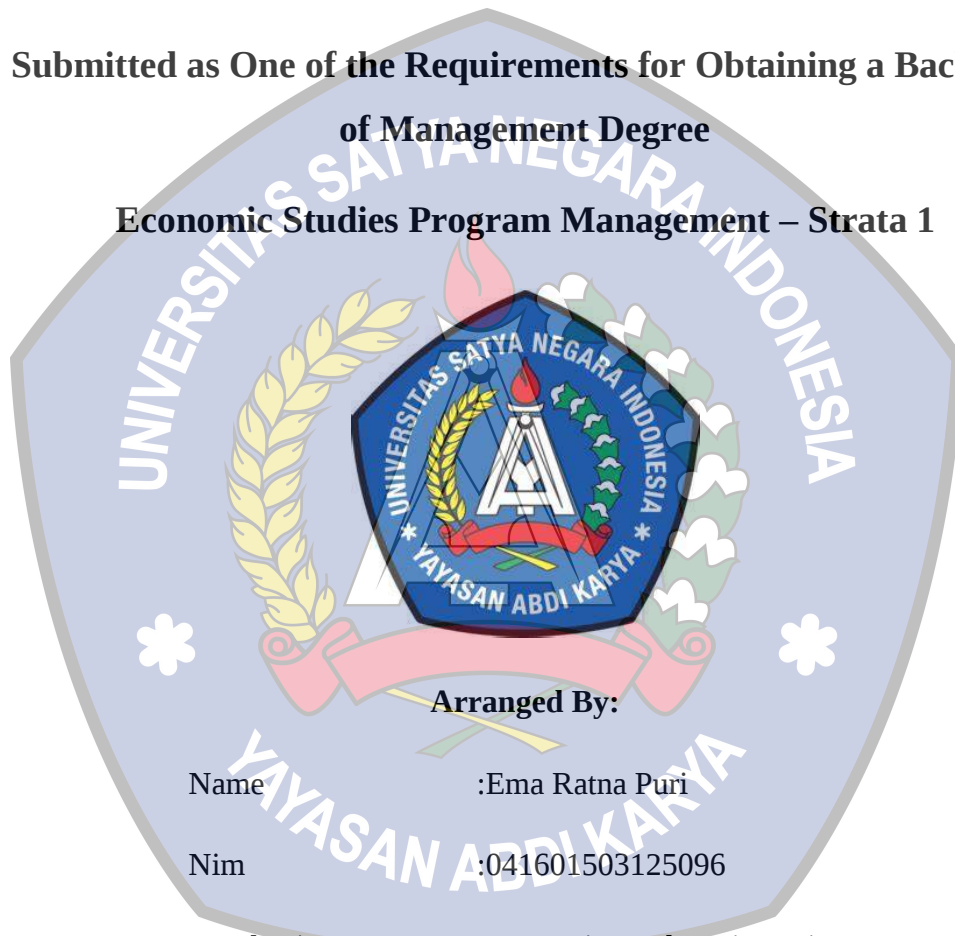
**2022**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE,  
PROMOTION AND BRAND IMAGE ON COSTUMER  
SATISFACTION OF PRODUCTS H&M STORE AT  
GANDARIA CITY MALL**

**THESIS**

**Submitted as One of the Requirements for Obtaining a Bachelor  
of Management Degree**

**Economic Studies Program Management – Strata 1**



**Arranged By:**

Name :Ema Ratna Puri

Nim :041601503125096

Faculty / Department :Economics and Business / Management

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**

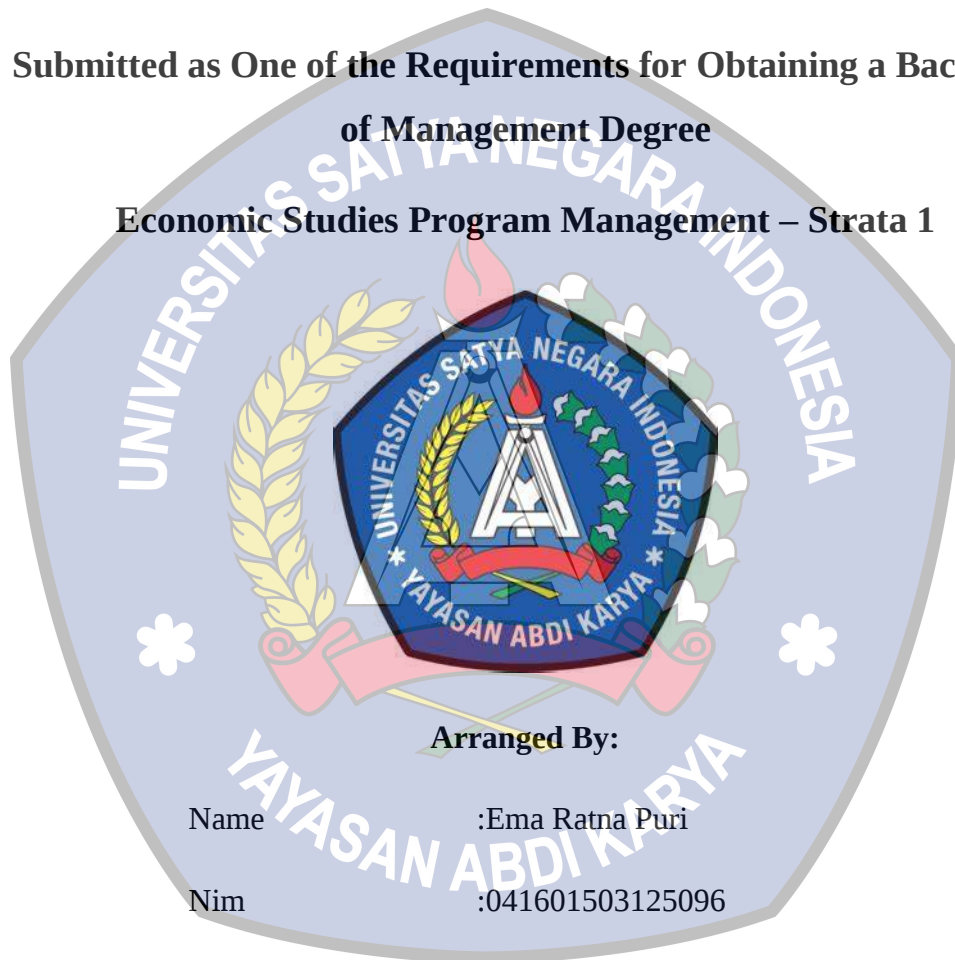
**2022**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE,  
PROMOTION AND BRAND IMAGE ON COSTUMER  
SATISFACTION OF PRODUCTS H&M STORE AT  
GANDARIA CITY MALL**

**THESIS**

**Submitted as One of the Requirements for Obtaining a Bachelor  
of Management Degree**

**Economic Studies Program Management – Strata 1**



**Arranged By:**

Name :Ema Ratna Puri

Nim :041601503125096

Faculty / Department :Economics and Business / Management

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ema Ratna Puri

NIM : 041601503125096

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Februari 2022



(Ema Ratna Puri)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ema Ratna Puri

Nim : 041601503125096

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek  
Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk H&M Gandaria City Mall

Tanggal Ujian :

Jakarta, 20 Januari 2022

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Dr. Subagiyo, SE.,MM)

(Lucy Nancy Simatupang, SE.,MM)

Dekan

Ketua Jurusan

(GL. Hery Prasetya, SE.,MM)

(Yuslinda Nasution, SE.,MM)

**LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN CITRA**  
**MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK H&M STORE DI**  
**GANDARIA CITY MALL**

OLEH

NAMA : Ema Ratna Puri

NIM : 041601503125096

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 15 Februari 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Ketua Penguji/Pembimbing I

(Lucy Nancy Simatupang, SE.,MM)

Anggota Penguji

Anggota Penguji

(GL. Hery Prasetya, SE.,MM  
CPHCEP.,CPMP.,CODP.,CB  
A..CLMA)

(Dr. Edi Siregar, S.Pd.,S.Mn., M.M.)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk H&M Store di Gandaria City Mall”. Tujuan dari penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bimbingan atau bantuan baik secara moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Selain itu Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia Ibu Dra. Merry L. Panjaitan, M.M., MBA.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia Bapak GL. Hery Prasetya, S.E., M.M.
3. Ketua Jurusan Manajemen Ibu Yuslinda Nasution S.E., M.M., yang senantiasa memberi motivasi kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Lucy Nancy Simatupang, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis di setiap kesempatan agar bisa

menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Subagiyo S.E., M.M. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan arahan, motivasi dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Yang tercinta keluarga Penulis, Suami, Ayah, Ibu, terimakasih atas segala dukungan dan doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
8. Teman-teman Fakultas Ekonomi yang sudah sama-sama berjuang dan membantu selama di bangku perkuliahan. Manajemen H&M Gandaria City Mall yang telah memberikan izin saya untuk meneliti di H&M Gandaria City .
9. Teman-teman di H&M Gandaria City yang telah banyak membantu saya agar skripsi saya dapat selesai.

Penulis dengan ini menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan atau penyusunan skripsi. Untuk itu maka penulis dengan senang hati menerima berbagai masukan, saran, kritik, yang membangun demi ksempurnaan penulisan di masa yang akan datang, penulis harap laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu.

Jakarta, 30 Januari 2022

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Product H&M Gandaria City Mall. secara parsial maupun simultan. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 120 orang responden yang membeli produk H&M lebih dari 2 kali di Gandaria City Mall. Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kuantitatif dan hasil penelitian berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan skala likert. Metode Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (Uji F) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3) dan Citra Merek (X4), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Secara parsial (Uji t) Kualitas Produk berpengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality, price, promotion and brand image on customer satisfaction of the H&M Gandaria City Mall product. partially or simultaneously. The data used is primary data collected through distributing questionnaires to 120 respondents who bought H&M products more than 2 times at Gandaria City Mall. The method used in this study is a quantitative method and the research results are based on the respondents' answers using a Likert scale. The data analysis method used in this research is Multiple Linear Regression Test, F Test, t Test, and Coefficient of Determination.*

*The results showed that simultaneously (Test F) there was a significant effect between the variables of Product Quality (X1), Price (X2), Promotion (X3) and Brand Image (X4), on Customer Satisfaction (Y). Partially (t test) Product Quality has a significant effect on Customer Satisfaction, Price has a significant effect on Customer Satisfaction, Promotion has no significant effect on Customer Satisfaction, and Brand Image has a significant effect on Customer Satisfaction.*

**Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Brand Image, Customer Satisfaction**

