

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA PRODUK WRANGLER SHOWROOM  
PALEMBANG INDAH MALL**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



**Diajukan Oleh:**

**SINTIA RAHMA  
NPM. 18.01.11.0103**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
PALEMBANG**


**2022**

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : SINTIA RAHMA  
Nomor Pokok/NPM : 18.01.11.01.03  
Jurusan/Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK WRANGLER SHOWROOM PALEMBANG INDAH MALL

Pembimbing Skripsi

Tanggal..... 29 - Maret - 2022 ..... Pembimbing I:  Lusia Nargis S.E,MSi  
NIDN: 0222036101

Tanggal..... 29 - Maret - 2022 ..... Pembimbing II:  Herman Efrizal S.E,MM  
NIDN: 0202066602

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi,  
Tanggal..... 29 / 3 / 22 .....


Dr. Msv. Mikial, S.E, M.Si, Ak,CA,CSRS  
NIDN: 0205026401

Ketua Prodi Manajemen,  
Tanggal..... 29 / 3 / 22 .....



Mariyam Zanariah, S.E, MM  
NIDN: 0222096301

007/PS/DFE/2022

UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : SINTIA RAHMA  
Nomor Pokok/NPM : 18.01.11.01.03  
Jurusan/Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK WRANGLER SHOWROOM PALEMBANG INDAH MALL

Pembimbing Skripsi

Tanggal: 29 - Maret - 2022 ..... Ketua penguji : Lusia Nargis S.E,MSi  
NIDN: 0222036101

Tanggal: 29 - Maret 2022 ..... Penguji I : Herman Etrizal S.E,MM  
NIDN: 0202066602

Tanggal: 29 - Maret - 2022 ..... Penguji II : Hj. Noviarni, S.E,M.Si  
NIDN: 0221116101

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi,

Tanggal: 29/3/22 .....



Dr. Msv. Mikial, S.E, M.Si, Ak.CA, CSRS  
NIDN: 0205026401

Ketua Prodi Manajemen,

Tanggal: 29/3/22 .....

Mariyam Zanariah, S.E, MM  
NIDN: 0222096301

007/PS/DFE/2022

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Motto :*

*“Kebenaran itu adalah dari Tuhanmu sebab itu kamu jangan  
sekali-kali termasuk orang-orang yang ragu.*

*( QS. Al-Baqoroh. 147 )*

*Persembahan :*

*Skripsi Ini Kupersembahkan Untuk:*

- ❖ Ayah dan Ibuku tercinta*
- ❖ Kiyay tersayang*
- ❖ Adik tersayang*
- ❖ Rekan yang membantu  
hingga Skripsi ini selesai.*
- ❖ Para Dosen-dosenku yang  
Terhormat*
- ❖ Almamaterku*

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sintia Rahma  
NPM : 1801110103  
Program Studi : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1 (S.1)  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, April 2022



Sintia Rahma

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karna berkat rahmat dan karunia –Nya semata sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Wrangler Showrom Palembang Indah Mall”**

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajiannya yang mungkin disebabkan oleh keterbatasan serta kemampuan yang penulis miliki. Tetapi dengan bantuan, bimbingan, masukan, dan dorongan semangat serta kesabaran yang diberikan oleh semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan jadwal waktu yang telah direncanakan.

Dengan selesainya penelitian ini, penulis mengucapkan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, M.P selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak,CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan selama studi.
4. Ibu Lusia Nargis, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah berusaha keras memberikan bimbingan guna penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Herman Efrizal, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah berusaha keras memberikan bimbingan guna penyelesaian skripsi ini.

6. Ibu Royda, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu sejak awal perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan selama studi
8. Bapak, almrah ibu, dan keluargaku tercinta yang senantiasa telah mendidik dan memberikan doa, semangat, serta dukungan kepadaku sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman seperjuangan dan sahabat-sahabatku manajemen angkatan 2018 yang selalu memberikan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Kepada Pimpinan Wrangler Palembang Indah Mall yang telah bersedia memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
11. Seluruh karyawan Wrangler Palembang Indah Mall yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga dapat di analisis dengan baik.
12. Semua pihak yang sudah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Palembang,

2022

Sintia Rahma

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Kajian Teoristis.....	10
2.1.1 Pengertian Citra Merek.....	10
2.1.2 Manfaat Merek.....	11
2.1.4 Indikator Citra Merek.....	13
2.1.5 Dimensi Merek.....	13
2.2 Desain Produk.....	14
2.2.1 Pengertian Desain Produk.....	14
2.2.2 Jenis-Jenis Desain Produk.....	15
2.2.3 Dimensi dan Indikator Desain Produk.....	15
2.2.4 Manfaat Desain Produk.....	16



2.3 Persepsi Harga.....	17
2.3.1 Pengertian Persespi Harga.....	17
2.3.2 Tujuan Penetapan H: viii .....	20
2.3.3 Indikator Harga.....	22
2.3.4 Dimensi-Dimensi Harga.....	22
2.4 Loyalitas Pelanggan.....	22
2.4.1Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	22
2.4.2 Pengertian Loyalitas Pelanggan Menurut Para Ahli.....	23
2.4.3 Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan.....	23
2.4.4 Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	25
2.4.5 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	25
2.5 Penelitian yang Relevan.....	25
2.6 Kerangka Berfikir.....	29
2.7 Hipotesis.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Tempat dan Waktu.....	32
3.1.1 Tempat Penelitian.....	32
3.1.2 Waktu Penelitian.....	32
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.2.1 Sumber dan Jenis Data .....	33
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.3 Populasi dan Sampel.....	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Rancangan Penelitian .....	36

3.5 Variabel dan Definisi Operasional .....	37
3.6 Instrumen Penelitian.....	40
3.7 Uji instrumen Penelitian..... ix .....	41
3.7.1 Uji Validitas.....	41
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.8 Teknik Analisis Data .....	41
3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.8.2 Analisis Regresi linier Berganda.....	43
3.8.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	44
3.8.4 Analisis Koefisien Korelasi.....	45
3.9 Pengujian Hipotesis.....	45
3.9.1 Uji Secara Simultan .....	45
3.9.2 Uji Secara Parsial.....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	48
4.1.2 Struktur Organisasi.....	50
4.1.3 Uraian Tugas Dan Tanggung Jawab.....	50
4.2. Hasil Penelitian.....	52
4.2.1. Uji Validitas.....	52
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	55
4.2.3. Teknik Analisis Data.....	57
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.1. Uji Normalitas.....	58

4.3.1. Uji Multikolinearitas.....	59
4.4 Analisi Regresi Linear Berganda.....	60
4.4.1 Hasil Koefisien Determinasi.....	62
4.4.2 Hasil Uji Korelasi.....	67
4.5 Uji Hipotesis Statistik.....	64
4.5.1 Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan).....	65
4.4.2 Uji T (Pengujian Hipotesis Secara Parsial).....	66
4.5 Pembahasan.....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	72
LAMPIRAN	
DAFTAR PUSTAKA	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Penjualan Showroom Wrangler Tahun 2021.....	7
2.2 Tujuan Penetapan Harga.....	21
2.5 Penelitian Relavan.....	26
3.1 Waktu Penelitian .....	32
3.2 Variabel dan Definisi Opeasional .....	38
3.3 Skala Likert .....	40
4.1 Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek ( $X_1$ ).....	52
4.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Desain Produk ( $X_2$ ).....	53
4.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga ( $X_3$ ).....	53
4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	45
4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek ( $X_1$ ).....	55
4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Desain Produk ( $X_2$ ).....	56
4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga ( $X_3$ ).....	56
4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	57
4.9 Hasil Uji Normalitas.....	58
4.10 Uji Multikolinearitas.....	59
4.11 Uji Heteroskedisitas.....	60
4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	61

4.13 Hasil Koefisien Determinasi.....	62
4.14 Hasil Koefisien Korelasi.....	63
4.15 Hasil Uji Secara Simultan (F).....	65
4.16 Hasil Uji Secara Parsial (T).....	66

## DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
1.1 LogoWrangler.....	6
2.3 Kerangka Berfikir Penelitian .....	30
4.1 Struktur Oranisasi Wrangler Palembang Indah Mall.....	50

## ABSTRAK

**SINTIA RAHMA, PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK WRANGLER SHOWROOM PALEMBANG INDAH MALL. Dibawah bimbingan Ibu Lusia Nargis, S.E., M.S.i dan Bapak Herman Efrizal, S.E., M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada produk Wrangler Showrrom Palembang Indah Mall. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden, dimana dengan menggunakan teknik *probability sampling (random sampling)*, teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda, uji T dan uji F dengan menggunakan program aplikasi *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada produk wrangler showroom Palembang Indah Mall. Dengan signifikan F sebesar  $0,000 < 0,05$ . Persamaan regresi linear berganda  $Y = 6,029 + 0,178X_1 + 0,204X_2 + 0,476X_3$ . variabel Citra merek memiliki pengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Produk Wrangler Showroom Palembang Indah Mall. Dengan signifikan sebesar  $0,071 < 0,05$ . variabel desain produk memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan pada Produk Wrangler Showroom Palembang Indah Mall. Dengan signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ . variabel persepsi harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan pada Produk Wrangler Showroom Palembang Indah Mall. Dengan signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ .

***Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, Citra Merek, Desain Produk dan persepsi Harga***

## **ABSTRACT**

**SINTIA RAHMA, THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT DESIGN AND PRICE PERCEPTION ON CUSTOMER LOYALTY ON WRANGLER SHOWROOM PRODUCTS PALEMBANG INDAH MALL. Under the guidance of Mrs. Lusia Nargis, S.E., M.S.i and Mr. Herman Efrizal, S.E., M.M.**

This study aims to determine whether there is an influence of brand image, product design and price perception on customer loyalty in Wrangler Showroom Palembang Indah Mall products. The population and sample in this study were 96 respondents, where by using probability sampling technique (random sampling), the analytical technique used was multiple linear regression, T test and F test using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 26 application program.

The results of the study show that there is an influence of brand image, product design and price perception on customer loyalty in the Palembang Indah Mall wrangler showroom product. With a significant F of  $0.000 < 0.05$ . Multiple linear regression equation  $Y = 6.029 + 0.178X_1 + 0.204X_2 + 0.476X_3$ . The brand image variable has a partial influence on customer loyalty at the Wrangler Showroom Palembang Indah Mall product. With a significant of  $0.071 < 0.05$ . product design variables have a partial influence on customer loyalty variables on Wrangler Showroom Palembang Indah Mall products. With a significant of  $0.001 < 0.05$ . The price perception variable has a partial influence on the customer loyalty variable at the Palembang Indah Mall Wrangler Showroom Product. With a significant of  $0.001 < 0.05$ .

***Keywords: Customer Loyalty, Brand Image, Product Design and Price***



## **RIWAYAT HIDUP**

**SINTIA RAHMA**, dilahirkan di kota Palembang pada tanggal 04 Oktober 1997 anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Amrullah dan Ibu Ismana Daryani.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2009 di SD Negeri 107 Kota Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2012 di SMP Negeri 30 Kota Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas tahun 2015 di SMA Sriguna kota Palembang. Pada tahun 2018 saya memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Tridianti Palembang.

Palembang, April 2022

**Sintia Rahma**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Dalam perkembangan zaman di era globalisasi saat ini, persaingan di dunia fashion semakin pesat, banyak perusahaan Pakaian yang berlomba untuk menghasilkan produk pakaian yang bervariasi, dengan harga terjangkau agar membuat merek tersebut memiliki citra tersendiri dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan, Persaingan produk untuk saat ini juga semakin meningkat. Salah satunya adalah produsen industri pakaian. dimana dalam produk pakaian tersebut sangat ketat dalam persaingan. Seperti halnya para pelanggan pakaian yang berada di Palembang, di mana sering kita jumpai di lingkungan saat ini perilaku pelanggan yang berbelanja pakaian dan bergaya hidup yang mewah.

Semakin tinggi nilai ekonomi seseorang akan juga semakin mudah untuk mendapatkan apa yang diinginkan begitu pula sebaliknya semakin rendah nilai ekonomi seseorang semakin sulit untuk mendapatkan barang yang diinginkannya, di bidang penjualan ini dapat kita lihat dari kualitas pelayanan yang di berikan ke pelanggan. Hal tersebut dipegaruhi oleh faktor sosial yang akan berengaruh terhadap niat beli pelanggan terhadap suatu produk.

Salah satunya adalah produk jeans yang diminati oleh semua kalangan khususnya kalangan muda yang memiliki nilai Fashionnya tersendiri. Hal tersebut sudah terbukti dengan banyaknya beredar jenis jeans dipasaran yang diproduksi

dari luar negeri dan juga dalam negeri. Dengan banyaknya produk dan merek jeans yang beredar hal ini akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Citra merek merupakan peranan yang membuat perusahaan memperkuat produknya agar terciptanya citra merek yang positif dan melekat di benak Pelanggan. Produk yang memiliki citra merek dan kualitas produk yang baik cenderung lebih diingat oleh Pelanggan, sementara produk yang citra merek dan Desain buruk tidak akan dipertimbangkan sama sekali. Citra merek dan Desain produk yang baik maka dapat menimbulkan rasa puas dihati Pelanggan sehingga Pelanggan loyal pada perusahaan , dalam perencanaan suatu produk, perancangan dan desain yang baik sangat diperlukan untuk menghasilkan suatu produk yang memiliki kualitas yang dapat memenuhi standar dan spesifikasi produk yang diinginkan.

Pada aplikasinya, desain produk adalah suatu faktor penentu yang signifikan, kurang sempurnanya suatu hasil produk dapat disebabkan oleh desain yang kurang memenuhi spesifikasi perancangannya. Namun dengan adanya perancangan dan desain maka kekurangan yang terdapat pada suatu produk akan dapat disimulasikan dan dianalisa dapat dimodifikasi dari gambar atau desain dari produk tersebut sebelum produk diproses. Semua proses manufaktur diawali dari suatu perancangan atau desain produk. Termasuk proses pengecoran yang memiliki beberapa tahapan dalam perancangan dan desain produknya. Karena ada beberapa komponen pengecoran yang memiliki perancangan dengan karakter berbeda yaitu: desain produk cor dan desain pola (pattern) .

Agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai

tujuan menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan pelanggan dengan harga yang pantas. Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggan sangat tergantung pada perilaku konsumennya, harga sangat berhubungan dengan nilai dasar dari persepsi pelanggan berdasarkan dari keseluruhan unsur bauran ritel dalam menciptakan suatu gambaran dan pengalaman bertransaksi. Bauran ritel sendiri merupakan elemen-elemen yang menjadi faktor penentu dalam implementasi strategi dan taktik yang dijalankan oleh peritel.

Persepsi harga juga menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian, karena pelanggan memiliki persepsi harga yang berbeda – beda disetiap produk dari *brands* yang di minatnya. Bauran ritel terdiri dari beberapa elemen yaitu *Place, People, Product, Price, Promotion*. Tingkat harga pada suatu toko dapat mempengaruhi cara berpikir konsumen terhadap unsur-unsur lain dari bauran ritel. Contohnya tingkat harga sering dianggap dapat mencerminkan kualitas dari barang dagangan dan pelayanan yang diberikan, sehingga pada akhirnya juga akan mempengaruhi pelanggan dalam menentukan pilihannya untuk berbelanja disebuah *store*.

Loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh marketing mix dapat diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap kelangsungan sebuah usaha. Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam .

memasarkan produk untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi *product*, *price*, *place/Distribution* dan *Promotion*(Abdul 2016). Oleh karena itu diharapkan loyalitas pelanggan dalam membeli suatu dapat meningkat dengan adanya variabel-variabel yang didalam *marketing mix*.

Menjaga loyalitas pelanggan merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan, sehingga setiap perusahaan berusaha untuk mengoptimalkan segala faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tersebut. Dengan menjual produk yang menarik akan lebih mudah mempertahankan pelanggan yang baru dan pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lain dan dalam biaya operasi perusahaan akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal.

Salah satu yang telah dijelaskan di atas adalah produk yang dipasarkan Di *brand* Wrangler sendiri memiliki harga yang cukup bersaing dengan *brands* kompetitor lainnya, di Mall Palembang Indah Mall terdapat banyak sekali *brand* yang dinaungi oleh perusahaan besar dengan harga yang sama – sama terjangkau. Akan tetapi harga *brand* Wrangler yang ditetapkan sesuai dengan kualitas dari produk itu sendiri, contohnya produk seperti *Jeans* di *brand* Wrangler mempunyai harga mulai dari Rp. 399.900 – Rp 549.900. Harga itu sendiri sesuai dengan bahan yang dipakai yaitu bahan katun yang lembut dan dingin atau bahan katun yang tebal tetapi tetap nyaman. Persepsi harga juga menjadi salah satu faktor

utama yang mempengaruhi keputusan pembelian, karena Pelanggan memiliki persepsi harga yang berbeda – beda disetiap produk dari *brands* yang di minatnya.

Wrangler sebuah merk denim untuk berkinerja sehari-hari. Dari awal penciptaannya yang menjadi inspirasi dan panduan bagi kami adalah pengalaman hidup nyata. Kami percaya bahwa pakaian harus dirancang agar sesuai dengan kebutuhan setiap orang yang memakainya. Kami telah memiliki keyakinan ini dalam hati sejak awal - sejak tahun 1947, ketika kami memulainya di Greensboro, Carolina Utara. Kami memulai sebuah landasan untuk berinovasi dan dengan sebuah ide untuk membuat jeans sebaik mungkin, jaket dan kemeja untuk para koboi. Kami menambahkan fitur-fitur khusus dan menambahkan fungsionalitas.

Misalnya, *flat rivets* yang tidak akan menggores, *watch pocket*, *seven belt loops* , yang dapat menjaga dompet tetap berada di tempat. Rincian desain-desain kecil yang mempunyai fungsi & penting, beradaptasi dengan penampilan dan kebutuhan modern, dengan jeans yang dikenakan oleh jutaan orang setiap hari. Wrangler benar-benar berkomitmen untuk meningkatkan fungsi sehari-hari, jeans kami dan untuk membuat perbedaan besar dan positif untuk hidup Anda.

Produk yang luar biasa dan inovatif, *Denim Performance*, dimulai dengan pemahaman Wrangler terhadap apa yang dibutuhkan oleh para pengendara dari sebuah celana *jeans Water Repellent*. Kami bergerak berbarengan dengan waktu, memimpin jalan untuk menyediakan pakaian yang lebih nyaman, lebih gaya dan lebih inovatif setiap hari bagi pemakai denim. Sebuah pakaian tahan lama, otentik dan bergaya seperti yang Anda harapkan dari sebuah merek denim favorit dunia.

**Gambar 1.1**  
**Logo Wrangler**



(Sumber: wranglerjeansid: 2019)

Didirikan pada tahun 1979 oleh Mr Johannes Fariat, PT. Delami Brands Kharisa Busana menandai awal dalam *fashion* dan industri manufaktur dengan memproduksi celana panjang pria untuk pasar domestik di bawah nama merek WOOD dan John Far. Pada tahun 1984, , pada saat itu sebagai pemimpin pasar dalam kategori celana pria. Ini langkah cerdas melihat perluasan PT. Delami Brands Kharisa Busana menjadi salah satu produsen terkemuka di Indonesia.

setelah mendapatkan reputasi internasional sebagai salah satu perusahaan manufaktur terkemuka, PT Delami memperoleh lisensi produksi, pemasaran dan distribusi dari Wrangler Jeans di Indonesia. Seiring bisnis mereka berkembang secara internasional, Perusahaan melihat kebutuhan di Jakarta berupa toko batu bata dan mortir dimana pakaian jadi dan aksesoris pakaian jadi dapat diakses dan dibeli dengan mudah oleh pria dan wanita yang tinggal di kota. Istilah *fashion* seringkali dipakai untuk menunjuk gaya atau keindahan yang mengalami perubahan dari masa ke masa. adanya perubahan trend tersebut tentu saja didorong oleh adanya

perancang busana yang terus menciptakan model-model *fashion* terbaru sehingga dunia *fashion* terus mengalami perkembangan.

Berikut Perkembangan Penjualan Wrangle Showroo Palembang Indah Mall yang di sajikan dalam Tabel 1.1 Selama kurang Waktu 5 bulan dari April sampai Bulan Agustus Tahun 2021 di bawah ini:

**Tabel 1.1**

**Penjualan Showroom Wrangler Palembang Indah Mall Tahun 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Penjualan</b>	<b>Target</b>	<b>Achivement</b>
April	Rp. 370.626.448	Rp. 420.124.350	88%
Mei	Rp. 350.841.840	Rp. 320.357.110	109%
Juni	Rp. 206.442.080	Rp. 250.574.310	82%
Juli	Rp. 170.343.391	Rp. 240.260.143	72%
Agustus	Rp. 156.786.216	Rp. 152.810.201	103%

(Sumber : Showroom Wrangler Palembang Indah Mall,2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat di ketahui bahwa *sales* atau penjualan Showroom Wrangler Palembang Indah Mall setiap bulannya mengalami naik turun. Pada setiap bulannya mempunyai hari libur yang berbeda-bedadan dengan acara yang berbeda pula, Seperti bulan April dan Mei terdapat hari raya Waisak dan Hari Raya Idul Fitri. Pada hari libur Nasional ini lah moment yang membuat *traffic* Mall meningkat dan mebuat penjualan Showroom Wrangler ikut meningkat, tetapi sebaliknya jika tidak ada acara apapun pejualan Showroom Wrangler di bawah standar atau bisa dibilang sulit untuk mencapai target dari perusahaan. Hal ini lah yang menjadi apa penyebab turunnya penjualan ,permasalahan atau kendala pada *sales* Showroom Wrangler Palembang Indah Mall., berdasarkan Latar belakang



Penelitian di atas uraian yang telah dikemukakan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ke dalam bentuk Skripsi dengan judul

**“Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Wrangler Showroom Palembang Indah Mall”**

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di diatas, maka dapat rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh citra merek, desain produk dan perseps harga secara silmutan terhadap loyalitas pelanggan pada Wrangler Showroom Palembang Indah Mall?
2. Apakah terdapat pengaruh citra merek secara persial terhadap loyalitas pelanggan pada wrangler Showroom Palembang Indah Mall ?
3. Apakah terdapat pengaruh desain produk secara persial terhadap loyalitas pelanggan pada Wrangler Showroom Palembang Indah Mall ?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga secara persial terhadap loyalitas pelanggan pada Wrangler Showroom Palembang Indah Mall ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, desain produk dan Persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada Showroom Wrangler Palembang Indah Mall.

2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek secara persial terhadap loyalitas pelanggan pada Wrangler Showroom Palembang Indah Mall.
3. Untuk mengetahui pengaruh desain produk secara persial terhadap loyalitas pelanggan pada Wrangler Showroom Palembang Indah Mal.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga secara persial terhadap loyalitas pelanggan pada Wrangler Showroom Palembang Indah Mall.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan dalam penelitian ini sebagai berikut :

##### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman bagi penulis dalam bidang penelitian yang dimulai dari pengumpulan data, penelitian ini merupakan penerapan teori dari ilmu pengetahuan yang diterima dan dipelajari selama mengikuti mata kuliah.

##### 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan yang berguna bagi pemasar Wrangler dalam menciptakan minat beli produk Wrangler . Penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan dan masukan dalam memasarkan produk Wrangler

##### 3. Bagi Almamater

Penelitian ini merupakan masukan yang berharga untuk menjadi bahan bacaan bermanfaat, menambah ilmu pengetahuan dan digunakan untuk penelitian selanjutnya khususnya di bidang pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, 2008. *Marketing Yogyakarta*. Media Pressindo
- Jannah Selviana, 2021. Pemasaran “*Pengaruh Citra Merek dan Promosi Desain Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada The Executive Palembang Indah Mall*”. Universitas Tridianti Palembang
- Kanuk, dan Schiffman. 2011. *Persepsi Harga*. Jakarta: Indeks
- Kassim, N. dan Abdullah, Nor A. 2010. *Pengaruh Dimensi Perceived Service Quality Terhadap Tepuasan Pelanggan dan Loyalitas Dalam pengaturan E-Commerce: Lintas Budaya Analisis*.
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. 2011 *Manajemen pemasaran*. Edisi 13 jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. 2011 *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 2. Jakarta :Erlangga.
- Kusumastuti, Fitria . 2010 . *Pengaruh Harga, Atribut Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telepon Seluler Sony Ericsson (Studi Kasus di Kabupaten Temanggung )*
- Riau Rahmat Hidayat, 2018. *Manajemen Pemasaran “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian”* Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir. Edisi Kedua Cetakan Pertama. Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang
- Riadi, Muchlisin. 2020 . *Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan*
- Sidik, R. 2016. *Analisis Kualitas dan Desain Produk Terhadap Konsumen Meubel Sofa di Gersik*. Jurnal Manajemen Bisnis.
- Sita Budiastari 2020. *Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, dan harga terhadap loyalitas Batik Cap Jenogran*. Universitas Islam Negeri Sunan
- Tjiportono, Fandy, 2015 *Pengaruh Strategi*. Edisi empat. Yogyakarta.
- Yuli Purnama Sari, 2015 *Pengaruh kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol 5 No 1