

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PUPUK KCL PADA PT. MITRA
ANUGRAH PERKASA SUMSEL DI PALEMBANG**

SKRIPSI

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



Diajukan oleh:

YESSINIA ARDENELLA

NPM. 2101110047

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI**

2025


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yessinia Ardenella
Nomor Pokok/NIRM : 2101110047
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Judul Proposal : PENGARUH CITRA MEREK KUALITAS PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PUPUK KCL PADA PT. MITRA
ANUGRAH PERKASA SUMSEL DI PALEMBANG

Pembimbing Skripsi:

Tanggal 31 Januari 2025 Pembimbing I : 
Hj. Nina Fitriana, SE, M.Si
NIDN: 0012116501

Tanggal 31 Januari 2025 Pembimbing II : 
Umi Hasanah, SE., MM.
NIDN: 0220016002

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

ketua Program Studi Manajemen



Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN: 0205026401



Mariyam Zanariah, SE., MM
NIDN: 022096301


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yessinia Ardenella
Nomor Pokok/NIRM : 2101110047
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Judul Proposal : PENGARUH CITRA MEREK KUALITAS PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PUPUK KCL PADA PT. MITRA
ANUGRAH PERKASA SUMSEL DI PALEMBANG

Pembimbing Skripsi:

Tanggal 31 Januari 2025 Ketua Penguji : 
: Hj. Nina Fitriana, SE., M.Si
NIDN: 0012116501

Tanggal 31 Januari 2025 Penguji I : 
: Umi Hasanah, SE., MM.
NIDN: 0220916002

Tanggal 31 Januari 2025 Penguji II : 
: Mariyam Zanariah, SE., MM
NIDN: 0222096301

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

ketua Program Studi Manajemen



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


Mariyam Zanariah, SE., MM
NIDN: 0222096301

MOTTO :

“Pembalasan yang hebat bukan dengan membalas balik tapi dengan mengubah dirimu dengan lebih baik akan membuat mereka merasa tersingkirkan”

(Yessinia Ardenella)

Kupersembahkan untuk :

- *Allah SWT*
- *Kedua orang tuaku yang tercinta bapak Abdu, SE dan Ibu Rusmeli*
- *Adik-Adikku Tersayang, Rahmadona Dwi Putri, Nikita Tiara Thalia, Naurah Fildzah dan Farel Ibrahim*
- *Almamater kebangganku*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karna berkat rahmat dan karunia-Nya semata sehingga penulisan mampu menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pupuk KCL Pada PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang”**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk dapat mengikuti Ujian skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti. Dalam penyusunan Skripsi ini, peneliti menyadari masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan Skripsi ini. Maka dalam kesempatan ini pula peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Edizal AE, MS selaku Rektor Universitas Tridianti.
2. Ibu Dr. Msy Mikial, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE., M.M. Selaku Kaprodi Manajemen Universitas Tridianti.
4. Ibu Hj. Nina Fitriana, S.E., M.Si dan Ibu Umi Hasanah, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I dan II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada peneliti selama proses penyelesaian penelitian ini.
5. Ibu Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak Syamsuri, SE. Selaku Pimpinan PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang beserta staf karyawan yang telah bersedia memberikan data, arahan dan dukungan.
7. Bapak/Ibu dosen beserta Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
8. Kedua Orang Tua Bapak Abdu, SE., Ibu Rasmeli dan Adik-Adiku Tersayang terima kasih telah memberikan do'a dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian Skripsi ini.

9. Teman KKN Alfina Damayanti terima kasih telah mendengarkan keluhan, selalu memberikan semangat dan atas bantuannya dalam menyelesaikan Skripsi ini.
10. Teman-ku Anah Mardiyah, Nopita Sari, Elsa Kristiana, Maria Ulfa dan Putri Sarla Marsinda Terimakasih Telah Menemani Selama Masa Perkuliahan.
11. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga penelitian Skripsi ini selesai.
12. Almamater, saudara seperjuangan jurusan manajemen angkatan 2021. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan semoga bantuan yang diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Akhir kata penulis menyadari bahwa tulisan ini jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan. Penulis sangat berharap semoga tulisan ini menjadikan manfaat bagi perkembangan dan kemajuan pendidikan kita semua

Palembang, Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGASAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACK	xiv
RIWAYAT HIDUP	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teoritis	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2 Citra Merek.....	11
2.2.1 Pengertian Citra Merek.....	11
2.2.2 Dimensi Citra Merek	12
2.2.3 Manfaat Citra Merek.....	14
2.2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	15
2.2.5 Indikator Citra Merek	17
2.3 Kualitas Produk	18
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	18

2.3.2	Strategi Pengembangan Produk	20
2.3.3	Dimensi Kualitas Produk	20
2.3.4	Indikator Kualitas Produk	22
2.4	Harga	23
2.4.1	Pengertian Harga	23
2.4.2	Tujuan Harga	24
2.4.3	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Harga.....	25
2.4.4	Dimensi Harga	26
2.4.5	Indikator Harga	27
2.5	Kepuasan Konsumen	28
2.5.1	Pengertian Kepuasan Konsumen	28
2.5.2	Ciri-Ciri Konsumen yang Puas	28
2.5.3	Dimensi Kepuasan Konsumen.....	29
2.5.4	Indikator Kepuasan Konsumen.....	30
2.6	Penelitian Yang Relevan	30
2.7	Kerangka Berpikir	33
2.8	Hipotesis Penelitian	34
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN.....		35
3.1	Tempat dan waktu penelitian.....	35
3.1.1	Tempat Penelitian	35
3.1.2	Waktu Penelitian.....	35
3.2	Sumber dan teknik pengumpulan data	36
3.2.1	Sumber data	36
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	37
3.3	Populasi dan Sampel	38
3.3.1	Populasi.....	38
3.3.2	Sampel	40
3.4	Rancangan Penelitian	40
3.5	Definisi Operasional Variabel	41
3.6	Instrumen Penelitian.....	43
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	44

3.7.1	Uji Validitas	44
3.7.2	Uji Reliabilitas	45
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda	45
3.8	Koefisien Korelasi	46
3.9	Koefisien Determinasi	47
3.10	Pengujian Hipotesis	48
3.10.1	Uji Secara Simultan (Uji F)	48
3.10.2	Uji Secara Parsial (Ujit)	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.1	Sejarah Singkat PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel	51
4.1.2	Visi Perusahaan	52
4.1.3	Misi Perusahaan	52
4.1.4	Struktur Organisasi	52
4.2	Pembahasan dan Interpretasi.....	57
4.3	Uji Instrumen.....	58
4.3.1	Uji Validitas	58
4.3.2	Uji Reliabilitas	62
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.3.4	Koefisien Korelasi	68
4.3.5	Koefisien Determinasi	69
4.4	Pengujian Hipotesis	69
4.4.1	Uji F (Uji Simultan).....	69
4.4.2	Uji t (UJi Parsial)	71
4.5	Pembahasan	73
BAB V	Kesimpulan dan Saran	77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Harga Pupuk Non -Subsidi.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Yang Relevan	31
Tabel 3.1	JadwalKegiatanPenelitian.....	35
Tabel 3.2	Konsumen PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel	39
Tabel 3.3	DefinisiOperasionalVariabel	41
Tabel 3.4	SkalaLikert	44
Tabel 3.5	Tabel Koefisien Kolerasi	47
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1)	58
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	59
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)	60
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	61
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X1).....	62
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)	63
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X3)	64
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	64
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Kolerasi	68
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.14	Hasil Uji F (Uji Simultan)	70
Tabel 4.15	Hasil Uji t (Uji Parsial).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	KerangkaBerpikir	32
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel	53

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yessinia Ardenella

Nomor Pokok : 2101110047

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Januari 2025



(Yessinia Ardenella)

ABSTRAK

Yessinia Ardenella, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pupuk KCL Pada PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang (dibawah bimbingan Ibu Hj. Nina Fitriana, SE., M.Si dan Ibu Umi Hasanah, SE., MM)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pupuk KCL pada PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang. Populasi dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pembagian kuesioner kepada 75 orang responden. Teknik yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan bantuan program komputer *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 30.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan variabel Citra Merek (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Harga (X_3) Kepuasan Konsumen (Y) tingkat dibawah 0,05 yaitu 0,001 Ha diterima (H_0 ditolak). secara parsial antara Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen nilai signifikansi sebesar $t_{sig} = 0,001$ yang berarti lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Bahwa Citra Merek (X_1) secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen nilai signifikansi sebesar $t_{sig} = 0,001$ yang berarti lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Bahwa Kualitas Produk (X_2) secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). secara parsial antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen nilai signifikansi sebesar $t_{sig} = 0,001$ yang berarti lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Bahwa Harga (X_3) secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, kepuasan konsumen

ABSTRACT

Yessinia Ardenella, The Influence of Brand Image, Product Quality and Price on Consumer Satisfaction of KCL Fertilizer at PT. Mitra Anugrah Perkasa South Sumatra in Palembang (under the guidance of Mrs. Hj. Nina Fitriana, SE., M.Si and Mrs. Umi Hasanah, SE., MM)

This study aims to find out whether there is an Influence of Brand Image, Product Quality and Price on Consumer Satisfaction of KCL Fertilizer at PT. Mitra Anugrah Perkasa South Sumatra in Palembang. The population and sample in this study amounted to 75 consumers. The data used in this study is primary data. The data collection technique was carried out through the distribution of questionnaires to 75 respondents. The technique used is multiple linear regression analysis which is processed using the help of the *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* version 30 computer program.

The results of this study show that there is a simultaneous influence of the variables Brand Image (X_1), Product Quality (X_2) and Price (X_3) of Consumer Satisfaction (Y) level below 0.05, namely 0.001 H_a is accepted (H_0 is rejected). partially between Brand Image and Consumer Satisfaction the significance value is $t_{sig} = 0.001$ which means it is smaller than the value of $\alpha = 0.05$. That Brand Image (X_1) partially has a positive effect on Consumer Satisfaction (Y). partially between Product Quality to Consumer Satisfaction the significance value of $t_{sig} = 0.001$ which means less than the value of $\alpha = 0.05$. That Product Quality (X_2) partially has a positive effect on Consumer Satisfaction (Y). Partially, between Price to Consumer Satisfaction, the significance value is $t_{sig} = 0.001$ which means more than the value of $\alpha = 0.05$. That Price (X_3) partially has a positive effect on Consumer Satisfaction (Y).

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Consumer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki era globalisasi menuju Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), memungkinkan suatu Negara menjual barang dan jasa dengan mudah sehingga persaingan didalam dunia bisnis semakin ketat. Semakin banyak usaha yang ingin membuka peluang yang sama semakin banyak juga persaingan di Indonesia. Oleh karena itu, perusahaan harus lebih efektif dan berinovasi merumuskan strategi agar mampu mempertahankan kepuasan terhadap konsumen. Salah satu strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk mempertahankan kepuasan konsumen dengan memberikan produk yang berkualitas sehingga kepuasan terhadap konsumen akan makin meningkat dari setiap elemen-elemen yang terdapat dalam pemasaran terpacu terhadap konsumen. Kepuasan konsumen adalah tingkat rasa atau kepuasan pelanggan terhadap membandingkan kinerja sesuatu barang atau jasa yang diterima dengan sesuai harapan konsumen. Konsumen akan merasa puas nilai yang diberikan terhadap produk dan jasa sangatlah besar, kemungkinan besar akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Indonesia merupakan Negara agraris, yang berarti sebagian besar penduduk indonesia bermata pencaharian disektor pertanian. Karena Indonesia merupakan Negara agraris yang selalu dilimpahkan kekayaan alam ditambah indonesia memiliki tempat yang strategis untuk melakukan bercocok tanam. Pupuk sendiri memiliki beberapa fungsi utama, yaitu sebagai menyediakan nutrisi, meningkatkan pertumbuhan, meningkatkan produksi hasil, meningkatkan kesuburan tanah dan

lain-lainnya. Namun seiring berkembangnya zaman, fenomena pupuk telah berkembang bersama dengan beberapa trend dan inovasi baru seperti pupuk berbasis teknologi tinggi, pupuk mikrobiologi dan pupuk organik.

Kemunculan pupuk telah membawa dampak yang besar bagi masyarakat sehingga membuat pupuk menjadi sumber kebutuhan utama bagi masyarakat untuk mendapatkan hasil panen yang berkualitas. Pupuk berperan penting guna membantu memberikan unsur hara esensial yang diperlukan tanaman dan berkembang. Oleh sebab itu, berbagai fungsi yang diberikannya, membuat tanaman tidak akan jauh dari pupuk. Salah satu pupuk Urea yang memberikan peningkatan dalam sebuah hasil untuk tanaman.

Dalam pengertian yang luas, pupuk merupakan bahan yang ditambahkan ke tanah atau tanaman untuk meningkatkan pertumbuhan dan hasil tanaman. Pupuk mengandung nutrisi penting seperti nitrogen, fosfor dan kalium, yang diperlukan untuk proses pertumbuhan tanaman. Pupuk juga dapat berupa bahan organik seperti kompos dan pupuk kandang atau anorganik seperti pupuk kimia. Selain meningkatkan kesuburan pada tanah, pupuk juga dapat berfungsi sebagai memperbaiki struktur tanah dan meningkatkan kemampuan tanah dalam menahan air.

Provinsi Sumatera Selatan memiliki luasan dataran sebesar 86.771,68 km² dan dialiri banyak sungai, salah satunya yaitu sungai Musi yang merupakan sungai terpanjang di Sumatera dengan panjang sekitar 750 km. Terdiri dari 13 kabupaten, 4 kota madya, 212 kecamatan, 354 kelurahan, dan 2.389 desa dengan sektor pertanian yang tersebar di setiap daerah Sumatera Selatan. Data dari badan pusat

statistik Provinsi Sumatera Selatan menempatkan sektor pertanian menjadi salah satu sektor ekonomi yang secara merata memberikan kontribusi besar dalam perekonomian di Provinsi Sumatera Selatan.

Industri pupuk di Indonesia merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam mendukung pertanian dan ketahanan pangan. PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang adalah usaha yang bergerak dalam bidang industri, perdagangan dan jasa di bidang perpupukan. Yang terletak di Jl. Kolonel Sulaiman Amin. Kecamatan Alang-Alang lebar Kota Palembang. PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang merupakan salah satu perusahaan pupuk distributor yang ada di Palembang. Perusahaan ini juga menjual beragam macam jenis barang seperti pupuk subsidi dan nonsubsidi, herbisida, tandan buah segar kelapa sawit, dan sewa alat berat. PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang berdiri sejak tahun 2015 sampai sekarang dan sudah bertahan selama kurang lebih 9 tahun.

Sebagai perusahaan yang beroperasi dibidang industri perpupukan yang kompetitif, PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang perlu memperhatikan faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi dalam kepuasan konsumen terhadap pupuk yang mereka tawarkan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah citra merek, kualitas produk dan harga. Menurut (Kotler, 2016) Citra Merek merupakan persepsi konsumen terhadap merek pupuk yang ditawarkan oleh perusahaan. Kualitas produk juga jadi salah satu pengaruh penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen, karena konsumen menginginkan pupuk yang berkualitas untuk meningkatkan hasil pertanian mereka. Selain itu,

harga juga menjadikan pertimbangan konsumen dalam memutuskan produk yang akan mereka beli.

Perusahaan perlu melakukan pengendalian kualitas terhadap proses produksi untuk tetap terjaga kualitas produk yang dihasilkan. Pengendalian kualitas menjadi salah satu fungsi yang penting dari satu perusahaan, untuk itu kualitas produk harus ditangani oleh bagian pengendalian kualitas dalam perusahaan mulai dari pengendalian bahan baku, pengendalian kualitas proses produksi sampai siap untuk dipasarkan.

Permasalahan kualitas telah mengarah pada taktik dan strategi perusahaan secara menyeluruh dalam rangka untuk memiliki daya saing dan bertahan terhadap persaingan global dengan produk perusahaan lain. PT. Mitra Anugrah Sumsel di Palembang menerapkan program pengendalian terhadap kualitas produk yang akan mereka jual untuk mampu bertahan dan sukses, karena melalui program ini pengendalian kualitas yang baik dapat secara efektif meminimalisir pemborosan dan dapat meningkatkan kemampuan di dunia persaingan. Suatu kualitas yang baik dihasilkan dari proses yang baik dan memenuhi standar yang telah ditentukan berdasarkan kebutuhan pasar.

Citra merek merupakan persepsi konsumen terhadap suatu merek berdasarkan pengalaman, komunikasi, dan reputasi. PT Mitra Anugrah Perkasa telah berupaya membangun citra merek yang positif melalui berbagai strategi pemasaran, seperti promosi produk yang informatif, testimoni pelanggan, dan keikutsertaan dalam pameran pertanian.

Citra merek yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Misalnya, petani yang menggunakan pupuk dari merek yang sudah dikenal dapat merasa lebih aman dalam memilih produk. Mereka cenderung berasumsi bahwa produk dari merek yang terpercaya akan memberikan hasil yang lebih baik. Penelitian menunjukkan bahwa konsumen sering kali mengaitkan citra merek dengan kualitas produk, sehingga citra yang positif dapat menjadi alat untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Harga menjadi faktor yang tak kalah penting dalam menentukan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Dalam konteks pupuk, harga harus mencerminkan kualitas yang ditawarkan. PT Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang perlu menetapkan harga yang kompetitif untuk menarik konsumen, terutama di tengah persaingan yang ketat dengan merek lain.

Penentuan harga juga harus mempertimbangkan segmen pasar yang ditargetkan. Petani kecil mungkin lebih sensitif terhadap harga dibandingkan dengan perusahaan pertanian besar. Dengan menawarkan produk berkualitas tinggi pada harga yang bersaing, PT Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang dapat menarik berbagai segmen konsumen. Namun, jika harga dianggap terlalu tinggi tanpa justifikasi kualitas yang jelas, kepuasan konsumen dapat menurun.

Tabel 1.1
Harga Pupuk Non –subsidi

No	Jenis pupuk	Harga Per Kg
1	Urea	5,898
2	Kcl	7,350
3	Npk	8,600

4	Dolamit	1,830
5	RP	2,900

Ketiga faktor ini saling berinteraksi dan memengaruhi kepuasan konsumen secara bersamaan. Citra merek yang positif dapat meningkatkan persepsi kualitas, sehingga konsumen merasa bahwa produk yang ditawarkan layak untuk dibeli dengan harga yang lebih tinggi. Sebaliknya, jika kualitas produk tidak memenuhi ekspektasi konsumen, citra merek yang baik tidak akan cukup untuk mempertahankan kepuasan.

Misalnya, jika konsumen membeli pupuk dengan merek terkenal namun menemukan bahwa produk tersebut tidak memberikan hasil yang memuaskan, mereka akan merasa kecewa. Hal ini dapat merusak citra merek dan mengurangi tingkat kepuasan, bahkan dapat menyebabkan konsumen beralih ke merek lain.

Penelitian Oktavia Retno (2020) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sedangkan pada penelitian Sondakh (2014) menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh pada kepuasan pembelian, sehingga dimungkinkan ada variabel lain yang memperkuat dan memperlemah pengaruh citra merek pada kepuasan pembelian. Penelitian Erlin (2022) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan pada penelitian Mohammad dkk (2011) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh pada kepuasan pembelian, sehingga dimungkinkan ada variabel lain yang memperkuat dan memperlemah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pembelian. Penelitian Ari (2012) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan pada

penelitian Sri (2021) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh pada keputusan pembelian, sehingga dimungkinkan ada variabel lain yang memperkuat dan memperlemah pengaruh harga pada keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis tertarik melakukan penelitian pada PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pupuk KCL pada PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pupuk KCL di PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang.
2. Bagaimana pengaruh citra merek secara parsial terhadap kepuasan konsumen pupuk KCL di PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang.
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pupuk KCL di PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang.
4. Bagaimana pengaruh Harga secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pupuk KCL di PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah pernyataan yang menjelaskan apa yang ingin dicapai melalui sebuah penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan menyajikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Hargasecara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pupuk KCL di PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang.
2. Pengaruh Citra Merek secara persial terhadap Kepuasan Konsumen pupuk KCL di PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang.
3. Pengaruh Kualitas Produk secara persial terhadap Kepuasan Konsumen pupuk KCL di PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang.
4. Pengaruh Hargasecara persial terhadap Kepuasan Konsumen pupuk KCL di PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diatas, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Agar dapat memberikan kontribusi dan wawasan dalam kemajuan ilmu pengetahuan dalam bidang layanan barang pada bidang perpupukan dengan harapan dapat menambah manfaat wawasan dan informasi yang terpacu pada kepuasan konsumen PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang dan berguna sebagai bahan pengembangankhususnya dibidang Manajamen secara khusus berkaitan pada citra merek, kualitas produk

dan harga pada perusahaan PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah Pengetahuan, meningkatkan pemahaman secara ilmiah dapat memberikan pemahaman mengenai Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menciptakan dan memberikan wawasan yang sangat berharga bagi perusahaan yang mengelola pupuk dan pemeritahan untuk berusaha meningkatkan citra merek, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Mitra Anugrah Perkasa Sumsel di Palembang tersebut agar memberikan kepuasan pada pengguna pupuk di Kota Palembang.

c. Bagi Akademik

Agar pembaca dapat lebih memahami hasil dari penelitian ini agar penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan teori pemasaran yang relevan dan komprehensif. Menjadikan Proposal Penelitian ini sebagai bahan acuan penelitian yang bermanfaat dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji Febriyanto, Noer. 2015. Pengaruh Pengembangan Produk terhadap Volume Penjualan pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal manajemen dan keuangan*, 6(1), 660-669.
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. Jakarta: Rajawali.
- Arikunto S. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Basu Swastha dan Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja grafindo Persada.
- Bob Sabran, 2012, Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Ed. 13, PT. Erlangga, Jakarta.
- Chinsuvapala, Panida. "Kotler, Philip and Keller Kelvin Lane.(2016). Marketing Management.(15th global edition) Edinburgh: Pearson Education.(679 pp)." *KASEM BUNDIT JOURNAL* 18.2 (2017): 180-183.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi shopee di wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15-30.
- Fandy, Tjiptono, 2000. Manajemen Jasa, Edisi kedua. Andy offset , Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 2008 .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Febriant, A. (2022, November). Literatur Review: Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis* (Vol. 2).
- Freddy Rangkyu. 2008. The Power Of Brand Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ferrinadewi, Erna. (2009). Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Kartajaya, Hermawan. 2010. Brand Operation The Official MIM Academy CourseBook. Jakarta: Erlangga Group
- Kotler, Philip. 1997. Marketing Management "Analysis, Planning, Implementation and Control" (9th ed.). New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. "Manajemen pemasaran." (2009).
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. 2012. Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller., 2014., Manajemen Pemasaran, Edisi Ke-13, Jilid 1&2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- M.Guntur, Effendi, (2010), Transformasi Manajemen Pemasaran. Jakarta:Sagung setto.
- moha, s., & loindong, s. (2016, MARET). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta di kota Manado. EMBA, 4, 575-584
- Nurhadi, N. N. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi Dan Sangadji*, Etta Mamang, and S. Sopiah. "The Effect of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction and Performance: A Research in Muhammadiyah University throughout East Java." *International Journal of Learning & Development* 3.3 (2013): 1-18. *Bisnis Islam*, 6(2).
- Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti,2023
- Prawirosentono, Suyadi, 2007, Filosofi Baru Tentang Mutu Terpadu. Edisi 2. Jakarta: Bumi Aksara.
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, 11(2).

- Ratri. 2007. Hubungan Antara Citra Merek Operator Seluler dengan Loyalitas Merek pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Semarang. Universitas Diponegoro
- Rangkuti, Freddy. 2008. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama.
- Saladin, H. 2008. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Bandung: Mandar Maju.
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta. Andi.
- Silvia Cendana R. E. W. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Samsung, jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 6, No. 4.
- Sunyoto, Danang. 2012. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : Caps
- Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Bandung: CV. Alfabeta.
- Stanton, William J. 2012. Prinsip pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-b* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam*, 6(2), 798-807