

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT
TRANSCAL SUNTECH INTERNASIONAL**

SKRIPSI



Oleh :

Lim Weng Chang

210910162

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PT TRANSCAL SUNTECH
INTERNASIONAL**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh :

Lim Weng Chang

210910162

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Lim Weng Chang

NPM 210910162

Fakultas : Ilmu sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT TRANSCAL SUNTECH INTERNASIONAL”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat saya pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digunakan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 25 Juli 2025



Lim Weng Chang
NPM. 210910162

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PT TRANSCAL SUNTECH
INTERNASIONAL**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh :

Lim Weng Chang

210910162

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 25 Juli 2025



**Nora Pita Nainggolan, S.E., M.Si
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen (2) mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (3) mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen (4) mengetahui pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Teknik penentuan sampel menggunakan rumus Slovin yang diperoleh sampel sebanyak 145 orang. Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisa data diperoleh nilai *Brand Image* mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan brand image terhadap kepuasan konsumen pada PT. Transcal Suntech Internasional. Kualitas Produk mempunyai nilai signifikan $0,007 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT. Transcal Suntech Internasional. Promosi mempunyai nilai signifikan $0,013 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT. Transcal Suntech Internasional. *Brand Image*, Kualitas Produk dan Promosi dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Brand Image, Kualitas Produk dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Transcal Suntech Internasional.

Kata Kunci: *Brand Image*, Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Promosi

ABSTRACT

This study aims to: (1) determine the effect of brand image on consumer satisfaction (2) determine the effect of product quality on consumer satisfaction (3) determine the effect of promotion on consumer satisfaction (4) determine the effect of brand image, product quality, and promotion on consumer satisfaction. This study is a quantitative study with a causal research type. The sampling technique uses the Slovin formula which obtained a sample of 145 people. The hypothesis test in this study is a multiple linear regression test. Based on the results of the data analysis, the Brand Image value has a significance value of $0.005 < 0.05$, so it can be concluded that there is a significant effect of brand image on consumer satisfaction at PT. Transcal Suntech Internasional. Product quality has a significant value of $0.007 < 0.05$, so it can be concluded that there is a significant effect of product quality on consumer satisfaction at PT. Transcal Suntech Internasional. Promotion has a significant value of $0.013 < 0.05$ so it can be concluded that there is a significant effect of promotion on consumer satisfaction at PT. Transcal Suntech Internasional. Brand Image, Product Quality and Promotion with a significance value of $0.000 < 0.05$, it can be concluded that Brand Image, Product Quality and Promotion simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction at PT. Transcal Suntech Internasional.

Keywords: *Brand Image, Consumer Satisfaction, Product Quality, Promotion*

KATA PENGANTAR

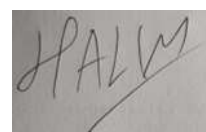
Puji Sukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati dengan segala keterbatasannya, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si., sebagai Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Rorong, S.T., M.I.Kom., sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., sebagai ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si., sebagai Pembimbing Skripsi yang sudah membimbing, membantu, dan memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Semua dosen serta Pegawai Universitas Putera Batam yang sudah berbagi wawasan kepada peneliti.
6. Orang tua serta famili peneliti yang kerap berdoa serta memberi support penuh kepada peneliti.
7. Rekan seangkatan penulis yang menolong sampai tuntas studi skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan serta kerap memberi hidayah beserta taufik-Nya, Amin.

Batam, 25 Juli 2025



Lim Weng Chang



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	1
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.6.1 Manfaat Teoritis	12
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 <i>Brand Image</i>	14
2.1.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	14
2.1.1.2 Faktor-faktor Yang Membentuk <i>Brand Image</i>	16
2.1.1.3 Manfaat <i>Brand Image</i>	16
2.1.1.4 Komponen <i>Brand Image</i>	17
2.1.1.5 Indikator <i>Brand Image</i>	18
2.1.2 Kualitas Produk	19
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	19
2.1.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	21
2.1.2.3 Atribut Produk	24
2.1.2.4 Dimensi Kualitas Produk	25
2.1.2.5 Indikator Kualitas Produk	26
2.1.3 Promosi	28
2.1.3.1 Pengertian Promosi	28
2.1.3.2 Strategi Promosi	30
2.1.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	31
2.1.3.4 Langkah Mengembangkan Promosi Yang Efektif	32
2.1.3.5 Indikator Promosi	33
2.1.4 Kepuasan Konsumen	34
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	34
2.1.4.2 Faktor Utama Dalam Menentukan Kepuasan Konsumen	35
2.1.4.3 Dampak Kepuasan Pelanggan	36
2.1.4.4 Metode Pengukuran Kepuasan	37
2.1.4.5 Indikator Kepuasan Konsumen	38

2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.4 Hipotesis.....	45
2.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	46
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	47
2.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	48
2.4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Jenis Penelitian	51
3.2 Sifat Penelitian	51
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	52
3.3.1 Lokasi Penelitian	52
3.3.2 Periode Penelitian.....	52
3.4 Populasi dan Sampel	53
3.4.1 Populasi	53
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	53
3.4.3 Teknik Sampling	55
3.5 Sumber Data	55
3.6 Metode Pengumpulan Data	56
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian	57
3.8 Metode Analisa Data	59
3.8.1 Uji Instrumen.....	59
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	60
3.9 Uji Hipotesis.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1 Profil PT. Transcal Suntech Internasional.....	64
4.1.2 Produk PT. Transcal Suntech Internasional	64
4.1.3 Logo PT. Transcal Suntech Internasional	65
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	65
4.2.1 Jenis Kelamin Responden	65
4.2.2 Usia Responden.....	66
4.3 Analisis Data	67
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	67
4.3.1.1 Uji Validitas	67
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.3.2 Uji Prasyarat.....	71
4.3.2.1 Uji Normalitas Data	71
4.3.2.2 Uji Multikolinieritas	72
4.3.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	73
4.4 Pengujian Hipotesis.....	74
4.4.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76
4.4.3 Uji T	77
4.4.4. Uji F	78

4.5 Pembahasan	79
4.5.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	79
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	80
4.5.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	81
4.5.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	82
4.6 Implikasi Hasil Penelitian	83
4.6.1 Implikasi Teoritis	83
4.6.2 Implikasi Praktis.....	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Simpulan.....	85
5.2 Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pendukung Penelitian

Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN	45
GAMBAR 4.1 LOGO PERUSAHAAN	65

DAFTAR TABEL

Halaman

TABEL 1. 1	JENIS BENGKEL DI KOTA BATAM.....	2
TABEL 1. 2	BENGKEL DI PT TRANSCAL SUNTECH INTERNASIONAL.....	5
TABEL 1. 3	DATA PENJUALAN PRODUK BRAND HONDA DAN MITSUBISHI.....	6
TABEL 1. 4	JUMLAH PENJUALAN PT TRANSCAL SUNTECH INTERNASIONAL.....	7
TABEL 1. 5	DANA PROMOSI.....	8
TABEL 2. 1	PENELITIAN TERDAHULU.....	40
TABEL 3. 1	WAKTU PENELITIAN	52
TABEL 3. 2	DEFINISI OPERASIONAL	58
TABEL 3. 6	INTERPRESTASI NILAI R.....	59
TABEL 4. 1	JENIS KELAMIN RESPONDEN	65
TABEL 4. 2	USIA RESPONDEN	66
TABEL 4. 4	HASIL UJI VALIDITAS BRAND IMAGE	68
TABEL 4. 5	HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PRODUK... ..	68
TABEL 4. 6	HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL PROMOSI.....	69
TABEL 4. 7	HASIL UJI VALIDITAS KEPUASAN KONSUMEN.....	70
TABEL 4. 8	HASIL UJI RELIABILITAS	71
TABEL 4. 9	HASIL UJI NORMALITAS DATA.....	71
TABEL 4. 10	HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS DATA	73
TABEL 4. 11	HASIL UJI HETEROKEDASTISITAS	74
TABEL 4. 12	HASIL UJI ANALISIS REGRESI BERGANDA.....	74
TABEL 4. 13	HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI	76
TABEL 4. 14	HASIL UJI T	77
TABEL 4. 15	HASIL UJI F	78