

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CAT  
NIPPON PAINT DI LAMONGAN**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**BAHRUL SETYA ALAM**

**NIM: 20171221176**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**2024**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CAT NIPPON PAINT  
DI LAMONGAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi  
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**



**Oleh:**

**BAHRUL SETYA ALAM**

**NIM: 20171221176**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**2024**

## PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bahrul Setya Alam

NIM : 20171221176

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar – benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 20 Juni 2024

Yang membuat pernyataan

  
99170ALX315509826  
Bahrul Setya Alam

**PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND AWERENESS*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CAT NIPPON PAINT  
DI LAMONGAN**

Oleh:

**BAHRUL SETYA ALAM**

**NIM: 20171221176**

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh:

**Dosen Pembimbing,**

**Tanda Tangan**

**Tanggal**

1. **Nurullaili Mauliddah, S.Pd., M.SE**

2. **Asyidatur Rosmaniar, SE, M.Pd**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Kaprodi Manajemen**

**Dr. Mochamad Mochkhlis, S.Si., M.M**

**Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., MM**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH BRAND AWERENESS, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CAT NIPPON PAINT  
DI LAMONGAN**

**Nama: Bahrul Setya Alam**

**NIM: 20171221176**

**Program Studi: S1 Manajemen**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Surabaya**

**Pada Hari / Tanggal: Selasa, 2 Juli 2024**

**Pukul: 10.30 – 12.00**

**Komisi Penguji terdiri dari:**

**Ketua Penguji:**



**Dr. M. Anang Firmansyah, MM**

**Anggota I**



**Nurullaili Mauliddah, S.Pd., M.SE**

**Anggota II**



**Asyidatur Rosmaniar, SE, M.Pd**

**Mengetahui.**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Dr. Mochamad Mochkhlis, S.Si., M.M**

**Kaprodi Manajemen**



**Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., MM**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CAT NIPPON PAINT  
DI LAMONGAN**

**Bahrul Setya Alam**

Program Studi Manajemen FEB Universitas Muhammadiyah Surabaya

Email: [bachrulalam84@gmail.com](mailto:bachrulalam84@gmail.com)

**ABSTRAK**

**Tulisan ini mengkaji** sejauh mana konsumen mengenali merek dan seberapa kuat kesan terhadap merek, evaluasi terhadap keunggulan produk yang dapat memengaruhi persepsi konsumen serta kebijakan harga, keterjangkauan, dan persepsi konsumen terhadap nilai produk dibandingkan dengan harganya ditengah tingginya persaingan pasar. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. **Tujuan** penelitian untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand awareness*, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Populasi penelian ini adalah seluruh konsumen Cat Nippon Paint di Lamongan, dan sampel menggunakan sampel dengan perhitungan dari teori Malholtra dengan mengkalikan jumlah indikator x 5 sehingga diperoleh sampel sejumlah 90 konsumen. Sampel diambil berdasarkan teknik *purposive sampling*. Metode pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan aplikasi MS. Excel 2021 dan SPSS versi 24. **Hasil** penelitian didapatkan: (a) *Brand awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen; (b) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen; (c) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen; dan (d) *Brand awareness*, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Cat Nippon Paint di Lamongan

**Kata kunci:** *Brand awareness*; kualitas produk; harga; kepuasan konsumen

**THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, PRODUCT QUALITY,  
AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION OF NIPPON PAINT IN  
LAMONGAN**

**Bahrul Setya Alam**

Management Study Program FEB Muhammadiyah University Surabaya

E-mail: [bachrulalam84@gmail.com](mailto:bachrulalam84@gmail.com)

**ABSTRACT**

**This paper examines** the extent to which consumers recognize the brand and the strength of brand impressions, the evaluation of product excellence that can influence consumer perceptions, as well as pricing policies, affordability, and consumer perceptions of product value compared to its price amidst high market competition. This research method uses descriptive research with a quantitative approach. The research objective is to determine and analyze the influence of brand awareness, product quality, and price on customer satisfaction. The population of this study is all Nippon Paint customers in Lamongan, and the sample uses a calculation from Malhotra's theory by multiplying the number of indicators by 5 to obtain a sample of 90 consumers. The sample was taken based on purposive sampling technique. **The testing** method uses multiple linear regression analysis with MS Excel 2021 application and SPSS version 24. **The research results** are: (a) Brand awareness does not significantly affect customer satisfaction; (b) Product quality significantly affects customer satisfaction; (c) Price significantly affects customer satisfaction; and (d) Brand awareness, Product Quality, and Price significantly influence customer satisfaction simultaneously for Nippon Paint customers in Lamongan.

**Keywords:** Brand awareness; product quality; price; customer satisfaction

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Awareness*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cat Nippon Paint di Lamongan” tujuan penulisan skripsi ini adalah memenuhi persyaratan tugas akhir dalam menempuh gelar S1 program studi manajemen di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap penyelesaian skripsi. Rasa hormat dan terimakasih di sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Dr. Mochamad Mochlas. S.Si., MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., MM selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Nurullaili Mauliddah, S.Pd, M.SE dan Asyidatur Rosmaniar, SE, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, nasehat dan motivasi kepada penulis.
5. Dr. M. Anang Firmansyah, MM., selaku Ketua Penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan dan arahan untuk penulisan skripsi yang lebih baik.



6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan nasehat dan bimbingan kepada penulis dalam menempuh pendidikan.
7. Ibu , Ayah, dan adik saya yang selalu memberikan bantuan dan dukungan yang luar biasa bagi saya.
8. Kepada diri saya sendiri yang telah berusaha dengan baik sampai saat ini.
9. Teman-teman manajemen sore angkatan 2017 yang saling menyemangati dalam perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah membantu saya baik secara langsung atau tidak langsung yang mungkin tidak saya sebutkan, terimakasih untuk semuanya.

Penulis berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu penulis tidak menutup diri terhadap kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya.

Surabaya, 20 Juni 2024



Penulis

## DAFTAR ISI

Keterangan	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL .....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....	iii
PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
B. Temuan Terdahulu .....	28
C. Kerangka Berpikir dan Model Analisis .....	32
D. Hipotesis .....	34
BAB III METODE PENELITIAN .....	35
A. Pendekatan Penelitian .....	35
B. Unit Analisis Tempat Penelitian (Populasi dan Sampel).....	35
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	36
D. Distribusi dan Pengumpulan Data .....	40
E. Analisis Data.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A.    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
B.    Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	49
C.    Hasil Analisis.....	56
D.    Pengujian Hipotesis.....	62
E.    Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	64
F.    Pembahasan.....	65
BAB V PENUTUP.....	69
A.    Kesimpulan.....	69
B.    Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1	Indikator- Indikator <i>Brand awareness</i> .....	15
Tabel 3.1	Definisi Operasional .....	38
Tabel 3.2	Lima Tingkat Preferensi Skala <i>likert</i> dalam Mengukur tiap Indikator .	40
Tabel 4.1	Keterangan CV. Yoga Putra di Lamongan .....	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	50
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan .....	51
Tabel 4.7	Hasil Deskriptif Variabel Penelitian .....	52
Tabel 4.8	Uji Validitas .....	57
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 4.10	Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.11	Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 4.12	Uji Regresi Linier Berganda .....	61
Tabel 4.13	Uji t (Parsial).....	62
Tabel 4.14	Uji F (Simultan) .....	63
Tabel 4.15	Uji R-Square .....	64

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1	Pendapatan Bersih (Total Komulatif) Grup Nippon Paint Global Periode 2020-2023* .....	4
Gambar 1.2	Top Brand Cat Tembok Tahun 2023.....	5
Gambar 1.3	Top Brand Cat Tembok Tahun 2024.....	6
Gambar 2.1	Model Kepuasan Ketidakpuasan Konsumen .....	25
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual .....	32
Gambar 2.3	Model Analisis .....	33
Gambar 4.1	Tempat Usaha CV. Yoga Putra di Lamongan.....	47
Gambar 4.2	Logo Nippon Paint .....	48
Gambar 4.3	Jawaban Responden (X1).....	53
Gambar 4.4	Jawaban Responden (X2).....	54
Gambar 4.5	Jawaban Responden (X3).....	55
Gambar 4.6	Jawaban Responden (Y).....	56
Gambar 4.7	Uji Normalitas P-P Plot.....	58
Gambar 4.8	Uji Heteroskedastisitas .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
LAMPIRAN KUISIONER .....	74
LAMPIRAN TABULASI KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	79
LAMPIRAN DATA MENTAH.....	83
LAMPIRAN OLAH DATA SPSS.....	88
LAMPIRAN R-TABEL .....	92
LAMPIRAN T-TABEL .....	93
LAMPIRAN F-TABEL .....	94
LAMPIRAN SURAT-SURAT .....	95

## DAFTAR PUSTAKA

- Almirah, O. V., & Indayani, L. (2022). Pengaruh *Brand awareness*, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Repurchase Intention Produk Fast Fashion. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 17, 1–13. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.21070/ijler.v15i0.779](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.21070/ijler.v15i0.779)
- Ayuniah, P. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal IEkonomi Bisnis*, 22(3), 208–219.
- Changi, G. R., & Padmalia, M. (2020). Pengaruh *Brand awareness*, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Repurchase Intention Produk Golden Flower. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(3), 1–10.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, & Tony. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fatihudin, D. (2020). *Metodologi Penelitian (Zifatama J)*.
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen : Sikap dan Pemasaran*. Qiara Media.
- Firmansyah, A., & Mahardika W., B. (2018). *Pengantar Manajemen*. Deepublish.
- Ghozali. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Gultom, J. S., Chairunnisa, T. L. T., & Tamba, M. (2021). Pengaruh *Brand awareness* Dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Produk Dbd Powder Medan. *Value*, 2(2), 26–42. <https://doi.org/10.36490/value.v2i2.212>
- Herawati, A. D., Arief, M. Y., & Fandiyanto, R. (2023). Pengaruh *Brand awareness* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Seafood Situbondo. *Repository Unars*, 1(1), 1–17.
- Herawati, N., & Sulistyowati, M. (2020). Strategi Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Pada Pelanggan Smartphone Samsung. *ProBank*, 5(2), 214–226.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>

- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan*. PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management*. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Malhotra, N. . K. (2017). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Nasution, A. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Diadit Media.
- Nippon Paint. (2014). Fact sheet Fact sheet. *Revitalisation of Post Office at Old Town Jakarta, 1(June)*, 1–3.
- Nippon Paint. (2020). Press Release Inovasi Cat Dan Pelapis Di Tengah Pandemi Covid-19. *Inovasi Cat Dan Pelapis Di Tengah Pandemi Covid-19, 1(1)*, 690–693. <https://silverion.nipponpaint-indonesia.com/storage/press/inovasi-cat-dan-pelapis-di-tengah-pandemi-covid-19-1614858116.pdf>
- Nugrahanto, N. F. R., Farida, N., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kesadaran Merk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Yamaha Vixion PT . Mataram Sakti Setiabudi). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 4(3)*, 178–185.
- Oentoro, D. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang Pressindo.
- Rachmanu, E. D. (2019). Pengaruh Brand Imagedan *Brand awareness* Terhadap Loyalitas Pelangganmelalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *New Scientist, 165(2229)*, 57.
- Rofiana, R. (2017). Pencantuman Label Halal Tanpa Sertifikasi MUI Pada Produk Makanan Industri Rumah Tangga di Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9)*, 1689–1699. <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=SKRIPSI+PENCANTUMAN+LABEL+HALAL+TANPA+SERTIFIKASI+MUI+PADA+PRODUK>
- Rusman. (2015). *Pembelajaran Tematik Terpadu Teori, Praktik dan Penilaian*. Rajawali Pers.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi.



- Suarni, Hamsyah, Z, M. S., & Karim, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand awareness* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Produk Wasila Kosmetik Di Majene. *MANARANG : Jurnal Manajemen Dan Bisnis KOSMETIK DI MAJENE*, 2(1), 18–27.
- Suci, & Hayati, A. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi pada Toko Makjus Cake di Kota Padang). *Jurnal Salingka Nagari*, 02(2), 631–641.
- Sufyandi, S., Firmansyah, M. A., & Rosmaniar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Konsumen Serambi Dana Koperasi Di Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(2), 178–185. <https://doi.org/10.30651/blc.v16i2.3136>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sunjaya, F., & Eridansyah, R. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Dunkin' Donuts Indonesia. *Prologia*, 3(1), 99. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6219>
- Sutojo, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Damar. Mulia Pustaka.
- Swasta, B., Irawan, & Dharmesta. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Syuhada, F. A. (2021). Pengaruh *Brand awareness*, Brand Association, Dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Pengendara Motor Yamaha Nmax. *Thesis*, 1(1), 1–26.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Wijayanti, H. T., & Almaidah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang D'Fresco Donut Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(2), 225. <https://doi.org/10.31315/be.v18i2.5639>