

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**KENTUCKY FRIED CHICKEN**

**(Studi Kasus Kentucky Fried Chicken Jakarta Selatan)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Astri Widiawati**

**Nim : 43116010232**

**Program Studi S1 Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Astri Widiawati  
NIM : 43116010232  
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil 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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 01 Agustus 2020



Astri Widiawati  
NIM : 43116010232

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Astri Widiawati  
Nim : 43116010232  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kentucky Fried Chicken (Studi Kasus Kentucky Fried Chicken Wilayah Jakarta Selatan).  
Tanggal Lulus Ujian : 14 Oktober 2020

Disahkan Oleh:

Pembimbing

Ketua Penguji



Dr. Yuli Harwani, M.M.

Tanggal:



Dr. Yanto Ramli, MM

Tanggal: 24 oktober 2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.

Tanggal:



Dr. Daru Asih, M.Si.

Tanggal:

## **ABSTRACT**

*This study aims to know the effect of product quality, price, and brand image on purchasing decisions on Kentucky fried chicken (KFC). The population in this study are consumers of KFC products in the South Jakarta area. The sample used was 145 respondents using convenience sampling. In this research the method of data analysis uses partial least square. The results in this study indicate that the influence of product quality, price and brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

*Keyword: Quality Product, Price, Brand Image, Purchasing Decisions.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk *Kentucky fried chicken* (KFC). Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen produk KFC di daerah Jakarta Selatan. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 145 responden dengan menggunakan *convenience sampling*. Penelitian ini metode analisis data menggunakan *partial least square*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh kualitas produk, harga, citra merek terhadap keputusan pembelian Kentucky Fried Chicken (Studi Kasus Kentucky Fried Chicken Wilayah Jakarta Selatan)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Yuli Harwani M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat bagi penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip MS., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staff Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.
5. Terima kasih kepada kedua orang tua saya tercinta Bapak Mulyono dan Ibu Sudarmi yang telah memberikan semangat, doa, dukungan, motivasi, pengertian, dan kasih sayang yang tiada batas sehingga penulis bisa mencapai pada pendidikan hingga saat ini.

6. Terima kasih atas perhatian, motivasi, dukungan, pengertian, dan bantuan yang telah memberi semangat kepada penulis. Serta terima kasih untuk Gina P., Nindya N., Wina S., Novi D., Dyah K., Pramita P., terima kasih untuk pertemanan di masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang dapat membangun pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, Agustus 2020

Astri Widiawati

**NIM : 43116010232**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GRAFIK .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	17
C. Tujuan Penelitian .....	17
D. Kontribusi Penelitian .....	18
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	19
1. Manajemen Pemasaran .....	19
a) Pengertian Pemasaran .....	19
b) Pengertian Manajemen Pemasaran .....	20
c) Bauran Pemasaran .....	21
2. Perilaku Konsumen .....	24
a) Pengertian Perilaku Konsumen .....	24
b) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	25
3. Keputusan Pembelian .....	29
a) Pengertian Keputusan Pembelian .....	29
b) Struktur Keputusan Pembelian .....	30
c) Proses Keputusan Pembelian .....	32
d) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	34
e) Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....	35



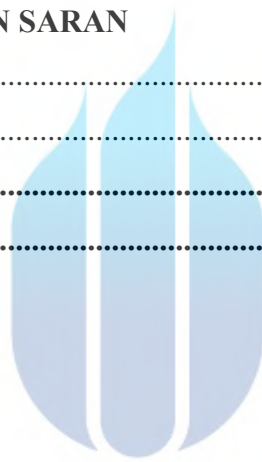
4. Kualitas Produk.....	35
a) Pengertian Kualitas Produk .....	36
b) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	37
c) Perseptif Kualitas.....	38
d) Tolak Ukur Kualitas Produk .....	38
e) Tingkatan Produk .....	40
f) Dimensi dan Indikator Kualitas Produk .....	40
5. Harga.....	41
a) Pengertian Harga .....	41
b) Prosedur Menetapkan Harga .....	42
c) Tujuan Penetapan Harga.....	45
d) Dimensi dan Indikator Harga .....	46
6. Citra Merek .....	46
a) Pengertian Citra Merek.....	46
b) Karakteristik Merek .....	49
c) Peran Merek.....	49
d) Manfaat Merek .....	50
e) Faktor-Faktor Membentuk Merek .....	50
f) Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	51
7. Penelitian Terdahulu .....	52
8. Pengembangan Hipotesis .....	55
a) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	55
b) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	56
c) Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
B. Kerangka Pemikiran .....	58

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	59
B. Desain Penelitian .....	59
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	60
1. Definisi Variabel.....	60
2. Operasional Variabel .....	62

D. Pengukuran Variabel .....	63
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	64
1. Populasi Penelitian.....	64
2. Sample penelitian.....	64
F. Jenis Data Penelitian .....	65
G. Metode Pengumpulan Data .....	65
H. Metode Analisis Data .....	67
1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i> .....	67
2. Analisis Partial Least Square (PLS).....	67
a) Pengertian <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	67
b) Menguji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	68
c) Menguji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	70
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Analisis Deskriptif .....	72
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	72
2. Deskripsi Responden .....	76
a) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	76
b) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	77
c) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	79
d) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	80
e) Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumsi/bln	81
3. Deskripsi Variabel .....	82
a) Analisis Deskriptif Kualitas Produk .....	82
b) Analisis Deskriptif Persepsi Harga .....	83
c) Analisis Deskriptif Citra Merek .....	84
d) Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	85
B. Analisis Partial <i>Least Square</i> .....	86
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	86
a) <i>Convergent Validity</i> .....	86
b) <i>Discriminant Validity</i> .....	91
c) <i>Avarage Extracted Variance (AVE)</i> .....	93

d) Uji Reliabilitas ( <i>Composite Reliability</i> ) .....	95
2. Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	96
a) Nilai <i>R Square Adjusted</i> .....	96
b) <i>Goodness of Fit Model</i> .....	97
c) Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	97
C. Pembahasan .....	100
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	100
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	101
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	101
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	103
B. Saran .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>112</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Restoran di Indonesia .....	3
Tabel 1.2 Top Brand Award Kategori Fastfood Tahun 2015 s/d 2016 .....	9
Tabel 1.3 Top Brand Award Kategori Fastfood Tahun 2017 s/d 2018 .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	52
Tabel 3.1 Operasional .....	61
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert .....	63
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	76
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	78
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	79
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumsi /bln .....	80
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Kualitas Produk .....	81
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Harga.....	82
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Citra Merek .....	83
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian .....	84
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Corvergent Validity</i> .....	87
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Corvergent Validity</i> Modifikasi .....	89
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i> .....	90
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Average Variance Extrated (AVE)</i> .....	92
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i> .....	93
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> .....	94

Tabel 4.16 Nilai Variabel Endogen .....	95
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis .....	97



## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman .....	2
Grafik 1.2 Pilihan Tempat Makanan Masyarakat Indonesia .....	4
Grafik 1.3 Merek Makanan Cepat Saji Paling Populer di Indonesia .....	6
Grafik 1.4 Hasil Pra-Survey .....	16



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Gerai Kentucky Fried Chicken (KFC) .....	11
Gambar 1.2 Penjualan Kentucky Fried Chicken Gerai Melawai Jakarta Selatan .....	12
Gambar 1.3 Hasil Usaha Kentucky Fried Chicken Gerai Melawai Jakarta Selatan ....	13
Gambar 1.4 Pertumbuhan Omzet dan Transaksi Kentucky Fried Chicken (KFC) Melawai Jakarta Selatan .....	14
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	57
Gambar 4.1 Logo Kentucky Fried Chicken (KFC) .....	75
Gambar 4.2 Hasil PLS Algorithm .....	86
Gambar 4.3 Hasil PLS Algorithm Modifikasi .....	89
Gambar 4.4 Hasil Bootstrapping .....	97



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Prasurey Penelitian .....	110
Lampiran 2 : Kuesioner .....	111
Lampiran 3 : Jawaban Kuesioner .....	114
Lampiran 4 : Hasil Karakteristik Responden .....	132
Lampiran 5 : Hasil Analisis Deskriptif .....	134
Lampiran 6 : Hasil Pengujian <i>Measurement</i> (Outer Loading) .....	136
Lampiran 7 : Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i> .....	141



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA