

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN
ULANG PADA RESTORAN BAKMI GM DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Yuddy Raharjo
NIM 43117110248

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN
ULANG PADA RESTORAN BAKMI GM DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Yuddy Raharjo

NIM : 43117110248

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yuddy Raharjo

Nim : 43117110248

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 15 Desember 2021



Yuddy Raharjo

Nim : 43117110248

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yuddy Raharjo
NIM : 4311711248
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, PRESEPSI HARGA,
DAN KUALITASLAYANAN TERHADAP MINAT
PEMBELIAN ULANG PADA
RESTORAN BAKMI GM DENGAN KEPUASAN
PELANGGANSEBAGAI VARIABLE
INTERVENING
Tanggal Sidang : 3 November 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA
02232146



Please Scan
QRCode to
Verify

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur Peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Allah Bapa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian ini sebagai salah satu syarat tugas untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA RESTORAN BAKMI GM DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”**.

Peneliti 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. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi dan Bapak Farley Dharmawan, SE selaku Asistansce Dosen Pembimbing yang telah membimbing memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya serta motivasi, saran, waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya proposal penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan proposal penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat

diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti bersyukur kepada Tuhan Allah yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansya, M. Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Hamdan, SE., MM dan Ibu Febrina Mahliza, SE., M.Si selaku dosen penguji sidang akhir yang telah memberikan arahan dan masukan sehingga penelitian ini dapat tersusun
5. Seluruh dosen yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis. Kedua orangtua tercinta Bapak Markus Eddy (Alm) dan Ibu Tati Indrawati motivasi terbesarku yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
6. Teristimewa Zeva Anastasia yang selalu memberikan dukungan tiada hentinya.

7. Teman-teman seperjuangan dan para senior, khususnya Abang Jago Welldy Manurung, Nyaii Diyan, Dwi Arianto, Wiwin Itari, Yohana Fransiska, Ko David, Bang Fani, Tia, Yolanda, Rosi, Bang Joko dan seluruh angkatan Kelas Karyawan FYI 2017 Angkatan ke 31.
8. Pihak pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa penulisan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 05 Januari 2021

Yuddy Raharjo
NIM 43117110248

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	13
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Perilaku Konsumen	14
2. Manajemen Pemasaran.....	17
3. Minat Pembelian Ulang.....	19
4. Kepuasan Konsumen.....	21
5. Citra Merek.....	23
6. Persepsi Harga	28
7. Kualitas Pelayanan	30
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	36
D. Rerangka Pemikiran.....	41
E. Hipotesis.....	42
BAB III.....	43
METODE PENELITIAN	43
A. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi Dan Operasionalisasi Variabel.....	44
D. Skala Pengukuran	49
E. Populasi Dan Sampel Penelitian	50
F. Metode Pengumpulan Data	52

G. Metode Analisis Data	53
BAB IV	59
HASIL DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	59
1. Deskripsi Responden	60
2. Deskripsi Variabel	63
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	66
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	67
2. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	75
3. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	76
D. Pembahasan Hasil Penelitian	78
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	78
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	79
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	80
4. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Pembelian Ulang.....	81
5. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Pembelian Ulang	82
6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.....	82
7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Pembelian Ulang.....	83
BAB V.....	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan dan Pertumbuhan dari Perusahaan Makanan di Indonesia.....	2
1.2	Top Brand Restoran Melalui Top Brand Award.....	5
1.3	Hasil Survei Awal	8
2.1	Penelitian Terdahulu	32
3.1	Operasionalisasi Variabel	48
3.2	Instrumen Skala Likert	51
4.1	Jenis Kelamin Responden	61
4.2	Usia Responden.....	61
4.3	Pekerjaan Responden	62
4.4	Pengeluaran Perbulan Responden	63
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	64
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	64
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	65
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	66
4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Pembelian Ulang	67
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	69
4.11	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	71
4.12	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	71
4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	72
4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)</i>	74
4.15	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	75
4.16	Hasil Uji Nilai R-Square (R ²).....	76
4.17	Hasil Uji Nilai Q-Square (Q ²)	77
4.18	Hasil Pengujian Hipotesis	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Rerangka Konseptual Penelitian.....	42
4.1	Hasil Algoritma PLS	68
4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	70
4.3	Hasil Uji Boostapping.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	: Kuesioner	93
Lampiran 2	: Tabulasi Hasil Kuisisioner Penelitian	99
Lampiran 3	: Hasil Output SPSS 28.....	105
Lampiran 4	: Hasil Output PLS.....	108

