

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG**

(Studi pada Restoran Ayam Goreng Karawaci)

SKRIPSI



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Nama : Muhammad Fadhil Akmal
Nim : 43119010025

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

2023

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG**

(Studi pada Restoran Ayam Goreng Karawaci)

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



Nama : Muhammad Fadhil Akmal

Nim : 43119010025

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

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fadhil Akmal

NIM : 43119010025

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Oktober 2023



Muhammad Fadhil Akmal

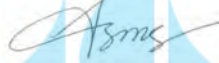
43119010025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Fadhil Akmal
NIM : 43119010025
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG (Studi pada Restoran Ayam Goreng Karawaci)
Tanggal Sidang : 27 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Abdul Gani, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

MERCU BUANA

LPTA 10233290



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merk, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi pada ayam goreng karawaci) Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para konsumen restoran ayam goreng karawaci. Sampel pada penelitian ini sebanyak 150 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik PLS (Partial Least Square) melalui software statistik SmartPLS versi 3.2.9, dengan instrumen penelitian kuesioner, yang akan digunakan untuk mengetahui masing – masing tingkat signifikan antara variabel dependen dengan variabel independent. Berdasarkan hasil penelitian yang di dapat setelah melakukan pengujian hipotesis berupa angka T-statistik dan p-value, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Citra Merek dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: Citra Merk, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand image, service quality and product quality on purchasing decisions (study on Karawaci fried chicken). The population used in this research is consumers of Karawaci fried chicken restaurants. The sample in this study was 150 respondents. The data analysis method used is the PLS (Partial Least Square) technique via SmartPLS statistical software version 3.2.9, with a questionnaire research instrument, which will be used to determine each level of significance between the dependent variable and the independent variable. Based on the research results obtained after testing the hypothesis in the form of T-statistics and p-values, the results of this research show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, Brand Image and Service Quality have a positive but not significant effect on purchasing decisions

Keywords: Brand Image, Service quality, Product Quality, Decision Purchase.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA RESTORAN AYAM GORENG KARAWACI)”**

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 Bapak Abdul Gani SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi penelitian ini. Dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih juga Kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Daru Asih, Dr. M.Si., selaku dosen metodologi penelitian yang telah memberikan pengetahuan yang sangat berarti untuk pembuatan proposal skripsi ini.
5. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan

kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.

6. Bapak Ali Hanafiah, SE, MM, DBA selaku ketua penguji sidang tugas akhir/skripsi
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi FEB Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2019 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
9. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 27 Oktober 2023

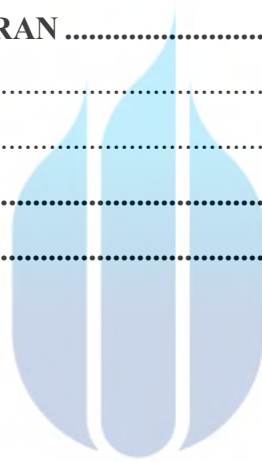
Muhammad Fadhil Akmal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah :	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka.....	13
2.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.2 Citra Merek	13
2.2.1 Tujuan Citra Merek	14
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	14
2.2.3 Dimensi dan Indikator Citra Merek (Brand Image)	15
2.3 Kualitas Pelayanan.....	16
2.3.1 Tujuan Kualitas Pelayanan	17
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	17
2.3.3 Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	18

2.4 Kualitas produk	19
2.4.1 Tujuan Kualitas Produk	19
2.4.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	20
2.4.3 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	20
2.5 Keputusan Pembelian	22
2.5.1 Tujuan Pengambilan Keputusan	22
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan	22
2.5.3 Dimensi dan Indikator keputusan Pembelian.....	23
Penelitian Terhadap.....	26
B. Pengembangan Hipotesis.....	31
Hipotesis.....	34
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	35
A. Waktu dan Tempat Penelitian	35
B. Desain Penelitian	35
C. Definisi dan Operasional Variabel Penelitian.....	35
1. Definisi Variabel	35
2. Definisi Operasional	36
D. Skala Pengukuran Variabel	41
E. Populasi dan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel	43
F. Teknik pengumpulan Data	43
1. Data Primer	43
G. Metode Analisis Data	44
1. Analisis Deskriptif.....	45
2. Analisis Partial Least Square (PLS).....	46
a. Model pengukuran (Outer Model).....	46
b. Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	49
BAB IV	51
HASIL DAN PEMBAHASAN	51

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	51
B. Analisis deskriptif.....	53
1. Deskripsi Responden	53
2. Deskripsi jawaban kuisisioner	56
C. Analisis Partial Least Square (PLS)	64
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	64
2. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model)	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
BAB V.....	75
KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSAKA.....	78
LAMPIRAN.....	82



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Restoran di kota Tangerang periode tahun 2018 s/d 2020	2
Tabel 1.2 Data Omset Penjualan Ayam Goreng Karawaci Pertahun 2021 – 2022...	7
Tabel 1.3 Hasil Survei Pendahuluan	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasionalisasi Variabel.....	37
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	42
Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	53
Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pendidikan	54
Tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	55
Tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan pendapatan.....	55
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	56
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	57
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	59
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.10 Outer loading.....	64
Tabel 4.11 Cross Loading	66
Tabel 4.12 Average Variance Extracted (AVE)	67
Tabel 4.13 The Fornell-larcker Criterion	68
Tabel 4.14 cronbach's alpha dan composite realibility	69
Tabel 4.15 R-square	71
Tabel 4.16 Uji Blindfolding	72
Tabel 4.17 Uji Hipotesis atau Boostrap	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Tampak Depan Restoran	6
Gambar 1.3 Foto Tampak Dalam Restoran.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pikiran.....	34
Gambar 4.1 Hasil Pengolahan Outer Model	63
Gambar 4.2 Hasil Pengolahan Inner Model.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian	82
Lampiran 2: Deskripsi Responden	88
Lampiran 3: Deskripsi Variabel	90
Lampiran 4: Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	95
Lampiran 5: Hasil Uji Model Struktural (Inner Model).....	98

