

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG  
(STUDI PADA MCDONALD'S JABODETABEK)**

**SKRIPSI**



UNIVERSITAS  
Nama : Siti Nurkhalizah  
Nim : 43120010346  
MERCU BUANA

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

**JAKARTA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Nurkhalizah

Nim : 43120010346

Program Studi : S1 Manajemen

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

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 16 Maret 2024



Siti Nurkhalizah

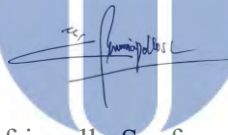
(43120010346)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Siti Nurkhalizah  
NIM : 43120010346  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada McDonald's Jabodetabek)  
Tanggal Sidang : 6 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Afriapollo Syafarudin, 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

LPTA 03243572



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada McDonald's Jabodetabek). dari penelitian ini variabel *Independen* terdiri *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan dan variabel *Dependennya* Minat Beli Ulang. Populasi dalam penelitian ini adalah yang sudah pernah membeli produk McDonald's di Jabodetabek dengan jumlah sampel yang dipergunakan sebanyak 135 responden. Metode penelitian sampel menggunakan Teknik Purposive Sampling. Dengan Metode pengumpulan data menggunakan Pra-survei, dengan instrument penelitian adalah kuisioner. Metode penelitian analisis data menggunakan SPSS dan PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, kualitas produk serta kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: *Brand Image, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the effect Brand Image, Product Quality, and Service Quality on Repurchase Intention (Study at McDonald's Jabodetabek). from this research variables Independent consists Brand Image, Product Quality, and Service Quality and variables They depend Repurchase Interest. The population in this study were those who had purchased McDonald's products in Jabodetabek with a sample size of 135 respondents. The sample research method uses Purposive Sampling Technique. The data collection method uses a pre-survey, with the research instrument being a questionnaire. The data analysis research method uses SPSS and PLS. The research results show that brand image does not have a significant effect on repurchase interest, product quality and service quality have a positive and significant effect on repurchase interest*

*Keywords: Brand Image, Product Quality, Service Quality*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, atas segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya, kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus McDonald’s Jabodetaebk)**” dapat di susun sesuai dengan harapan. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penyusunan Proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Afriapollo Syafarudi, S.E., M.M dan kepada pihak-pihak lain yang turut serta membantu dalam proses pembuatan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof Dr. Andi Andiansyah, 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 Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, SE., MM selaku sekretaris Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

5. Bapak Arief Bowo Prayogo Kasmu, SE, MM Ph.D selaku mata kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran.
6. Ibu Catur Widayati, Dr. SE, MM selaku Dosen mata kuliah Tugas Akhir
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmu yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
8. Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA., dan Bapak Harefa Arief. S.E., MM., selaku sebagai dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran, waktu, evaluasi yang sangat bermanfaat demi menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada kedua orang tercinta saya Bapak Nurrohman dan ibu Mardiyana orang yang hebat yang selalu menjadi penyemangat sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tidak ada hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikam motivasi. Terimakasih selalu berjuang untuk kehiupan saya. Terimakasih untuk semua do'a dan dukungan ibu dan bapak bisa berada di titik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebi lama lagi harus selalu ada di setiap perjalann dan penacpaian hidup saya.
10. Bagi Kaka Nurul Komariah, Kaka Siti Aulia, dan Kaka Siti Amiroh yang telah mendukung serta memberikan motivasi kepada penulis.
11. Kepada temen- teman yang selalu mengsuport dan mengingatkan penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini. Terimakasih sudah selalu adad lam banyak hal untuk penulis.

12. Terakhir untuk Siti Nurkhalizah, last but no las, ya! Diri saya sendiri atas kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan sebuah pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa di dalam Proposal skripsi ini masih banyak kekurangannya akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. oleh karena itu, penulis berusaha untuk memperbaiki diri dan mengharapkan segala bentuk saran serta memasukkan sebuah kritik yang bersifat untuk membangun sebuah harapan demi kesempurnaan Proposal skripsi dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membacanya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Juni 2023



Siti Nurkhalizah

43120010346



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Kontribusi Penelitian .....	12
<b>BAB 2 KAJIAN TEORITIS, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>14</b>
A. Kajian Teoritis.....	14
1. Manajemen Pemasaran .....	14
2. Perilaku Kosnsumen.....	20
4. <i>Brand Image</i> .....	24
5. Kualitas Produk .....	26

6. Kualitas Pelayanan .....	29
B. Penelitian Terdahulu .....	31
C. Pengembangan Hipotesis .....	36
D. Kerangka konseptual.....	38
E. Hipotesis.....	39
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Waktu dan Tempat .....	42
B. Desain Penelitian.....	42
C. Definisi dan Oprasional Variabel.....	43
1. Definisi Variabel .....	43
2. Oprasional Variabel.....	44
D. Skala Pengukuran.....	47
E. Populasi dan Sampel .....	48
1. Populasi.....	48
2. Sampel.....	49
F. Metode Pengumpulan Data .....	50
G. Metode Analisis Data .....	50
1. Analisis IBM SPSS <i>Statistics</i> .....	50
2. Uji Instrumen .....	51
3. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	54
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
A. Analisis Deskriptif .....	58
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	58
2. Deskriptif Responden.....	59
3. Deskriptif Variabel.....	61
B. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	64
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	65
2. Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	71
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	74
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>

A. Simpulan .....	77
B. Saran.....	78
<b>DATFAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Total Pendapatan McDonald's 2019 s/d 2022</b> .....	6
<b>Gambar 1.2 Boikot McDonald's support Zionis</b> .....	7
<b>Gambar 1.3 Hasil Pra-Survei Minat Beli Ulang</b> .....	8
<b>Gambar 2.1 Kerangka Konseptual</b> .....	39
<b>Gambar 3.1 Rumus Uji Validitas</b> .....	52
<b>Gambar 4.1 Hasil PLS-SEM Algorithm (Sebelum Modifikasi)</b> .....	66
<b>Gambar 4.2 Hasil PLS-SEM Algorithm (Setelah Modifikasi)</b> .....	68
<b>Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstrapping</b> .....	73



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Restaurant Fast Food</i> .....	2
Tabel 2.1 Variabel Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.2 Instrumen Skala <i>Likert</i> .....	48
Tabel 4.1 Usia Responden.....	59
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	60
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	60
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	61
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Kualitas Produk .....	62
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan.....	63
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Minat Beli Ulang .....	64
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi).....	66
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Setelah Modifikasi).....	68
Tabel 4.10 Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell Larcker</i> ) .....	69
Tabel 4.11 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	70
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....	71
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis .....	73

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembaran Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 2: Hasil Kuesioner	89
Lampiran 3: Hasil Olah Data IBM SPSS Statistics	103
Lampiran 4 : Hasil Olah Data Smart PLS 4.0	107

