

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI PADA PIZZA HUT CABANG HYPERMART
CILEDUG)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Adinda Tria Isnandar

NIM : 43119010264

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

JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adinda Tria Isnandar
NIM : 43119010264
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pizza Hut Cabang Hypermart Ciledug)
Tanggal Sidang : 14 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Adi Nurmahdi, MBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04243847



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adinda Tria Isnandar

NIM : 43119010264

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.

MERCU BUANA

Jakarta, 26 Juni 2024



Adinda Tria Isnandar

43119010264

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Pizza Hut Cabang Hypermart Ciledug). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pengolahan data *Partial Least Square* (PLS). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah mengkonsumsi dan berkunjung ke Pizza Hut cabang Hypermart Ciledug. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 110 responden, dihitung berdasarkan rumus Hair. Metode penarikan sampel menggunakan *non probability sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrument penelitian adalah kuesioner *offline* dan *online*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian.*



ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of product quality, service quality and brand image on pizza purchasing decisions (Case Study of Pizza Hut Hypermart Ciledug Branch). This research uses Structural Equation Modeling (SEM) data analysis techniques with Partial Least Square (PLS) data processing. The population in this study were all people who had consumed and visited the Pizza Hut Hypermart Ciledug branch. The sample used was 110 respondents, calculated based on the Hair formula. The sampling method uses non-probability sampling. The data collection method uses a survey method, with the research instruments being offline and online questionnaires. The results of this research show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, and brand image has a positive and significant effect on Pizza Hut purchasing decisions.

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



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunianya-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pizza Hut Cabang Hypermart Ciledug)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang luar biasa dan sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. 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 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Adi Nurmahdi, MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, waktu, ilmu, dan nasehat yang bermanfaat.

5. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M. Si, dan Bapak Dr. Yanto Ramli, M.M, selaku dosen penguji sidang tugas akhir, yang telah memberikan masukan untuk perbaikan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti.
7. Seluruh staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah bersedia membantu semua urusan administrasi.
8. Teristimewa, kedua orang tua, Bapak Rostam dan Ibu Iis, serta keluarga besar atas doa dan dukungannya baik secara moril maupun materil.
9. Rekan Hipmi PT UMB, dan seluruh rekan seperjuangan Manajemen Universitas Mercu Buana atas semangat, dan bantuan yang diberikan.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu atas doa, dukungan, inspirasi, dan motivasinya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca senantiasa peneliti harapkan dalam penyempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap Skripsi ini dapat bermanfaat bagi Pizza Hut dan pembaca guna meningkatkan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran. Akhir kata dengan segala ketulusan hati peneliti memohon maaf sebesar-besarnya apabila ada kesalahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 22 Februari 2024



Adinda Tria Isandar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Kajian Teori.....	11
a. Pengertian Pemasaran.....	11
b. Pengertian Manajemen Pemasaran	13
c. Perilaku Konsumen	14
d. Kualitas Produk	14
e. Kualitas Pelayanan	18
f. Citra Merek	20
g. Keputusan Pembelian.....	22
2. Penelitian Terdahulu	23
B. Pengembangan Hipotesis.....	27
1. Hubungan antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2. Hubungan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ..	28
3. Hubungan antara Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	29

BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
B. Desain Penelitian.....	33
C. Definisi dan Operasional Variabel	34
1. Definisi Variabel.....	34
2. Operasional Variabel	35
D. Skala Pengukuran Variabel.....	36
E. Populasi dan Sampel Penelitian	37
1. Populasi Penelitian.....	37
2. Sampel Penelitian	38
F. Metode Pengumpulan Data.....	38
G. Metode Analisis Data	39
1. IBM SPSS 25 (Analisis Deskriptif).....	39
2. Analisis Partial Least Square.....	40
3. Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
1. Sejarah Berdirinya Pizza Hut	45
2. Logo Pizza Hut	47
B. Statistik Deskriptif	48
1. Deskripsi Responden	48
2. Deskripsi Variabel	52
C. Analisis Data.....	55
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	55
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	63
3. Uji Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	67
D. Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
A. Simpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Pizza (2018-2022)	6
Tabel 1.2 Data Pra-Survei	7
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	35
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	37
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2 Usia Responden	49
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	50
Tabel 4.4 Bertempat Tinggal di Ciledug Tangerang	51
Tabel 4.5 Pernah Bertransaksi dalam 3 Bulan Terakhir	51
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	52
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	53
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	54
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Perhitungan <i>Convergent Validity</i> (1)	57
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Perhitungan <i>Convergent Validity</i> Modifikasi)	59
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	60
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i>	62
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	62
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Nilai <i>Effect Size</i>	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Nilai Relevansi Prediksi	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas (VIF)	66
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Bruto Online Food Delivery di ASEAN	2
Gambar 1.2 Data Pendapatan dan Laba/Rugi Bersih Sarimelati Kencana	4
Gambar 1.3 Data Indeks Merek Makanan Cepat Saji Indonesia (2021)	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 Logo Pizza Hut	47
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (1).....	56
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	58
Gambar 4.4 Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2: Hasil Pengolahan Data IBM SPSS 25.....	87
Lampiran 3: Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4.0.....	91

