

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

**(Studi pada Konsumen McDonald's Graha Family Surabaya)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat**

**Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

**CYNTHIA KRISYANITA**

NPM : 16420027

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2020**

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : Cynthia Krisyanita

**NPM** : 16420027

**Alamat** : Perum Bringin Indah 7/1 Bringin, Sambikerep, Surabaya

**Program Studi** : Manajemen

**Fakultas** : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen McDonald’s Graha Family Surabaya” benar – benar karya sendiri dan bukan bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka, sebagaimana layaknya karya ilmiah.

Surabaya, 6 Februari 2020

Yang membuat pernyataan



(Cynthia Krisyanita)

**NPM : 16420027**

Skripsi

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi pada Konsumen McDonald's Graha Family Surabaya)**

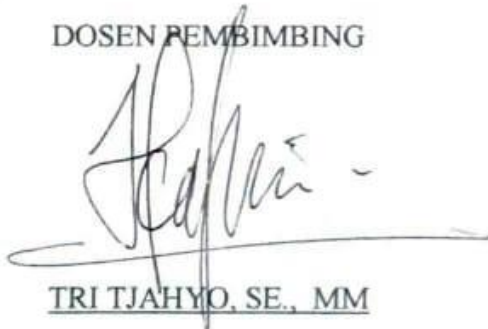
Diajukan oleh :

**CYNTHIA KRISYANITA**

NPM : 16420027

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



TRI TJAHYO, SE., MM

Tanggal 06 Februari 2020

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE., Msi

Tanggal 06 Februari 2020

**Skripsi**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi pada Konsumen McDonald's Graha Family Surabaya)**


**Dipersiapkan dan disusun oleh :**

**CYNTHIA KRISYANITA**

NPM : 16420027

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing utama



TRI TJAHYO, SE., MM

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. SITI DJAMILAH, SE., Msi



ADRIANTO T., SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 06 Februari 2020



Dr. SITI DJAMILAH, SE., Msi

Ketua Program Studi

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dihaturkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis mendapatkan kekuatan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (studi pada konsumen McDonald’s Graha Famili Surabaya)”**. Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai syarat dalam menyelesaikan studi pada program Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Selama proses pembuatan skripsi ini, berbagai hambatan dan kesulitan telah penulis hadapi, namun berkat petunjuk dan pertolongan Tuhan Yang Maha Esa skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada pihak – pihak yang telah membantu diantaranya :

1. Kedua orang tua saya Sintawati dan Sandi Setiawan yang selalu mendukung melalui doa, kasih sayang, semangat pantang menyerah, nasihat untuk selalu sabar dan ikhlas dalam melakukan segala hal.
2. Bapak Prof. H. Sri Harmaji, Dr. Sp. THT-KL (K), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Gimanto G., MM,M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Prof. DR. Siti Djamilah, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Bapak Tri Tjahyo Poernomo, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing saya yang bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk memberikan bimbingan, perhatian, dan masukan yang sangat berharga dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh dosen dan staf sekretariat Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan pengarahan untuk membantu penulis dalam melaksanakan penelitian.

7. Responden yang telah membantu penulis dengan memberikan waktu untuk mengisi kuesioner guna melengkapi data yang penulis perlukan.
8. Kakak adikku yang terkasih yang senantiasa memberikan dukungan, doa serta semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman – teman seperjuangan Manajemen A dan C yang telah memberi motivasi dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman – teman Flame yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam proses mengerjakan skripsi.
11. Teman – teman saya Caenay : agnes, elok, nera, april dan yohana yang selalu membantu, mendukung dan memotivasi melalui semangat dan doa.
12. Divina Neraceli sahabat saya yang selama ini mendukung, memotivasi, dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, juga mendengar keluhan saya selama proses mengerjakan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang memberikan bantuan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 06 Februari 2020

Penulis

Cynthia Krisyanita

NPM : 16420027

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Skripsi .....	9
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Pemasaran .....	12
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	13
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	15
2.1.3.1 tahap – tahap keputusan pembelian.....	16
2.1.3.2 indikator keputusan pembelian .....	18
2.1.4 Citra Merek .....	19
2.1.4.1 Indikator citra merek .....	22
2.1.5 kualitas Produk .....	24

2.1.5.1 Indikator Kualitas Produk.....	26
2.1.6 harga .....	28
2.1.6.1 Indikator harga .....	30
2.1.7 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.1.8 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian...	32
2.1.9 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.2 Penelitian Terdahulu .....	33
2.3 Hipotesis dan Model Analisa.....	33
2.3.1 Hipotesis.....	33
2.3.2 Model Anlisa .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 pendekatan Penelitian.....	36
3.2 Populasi dan Sampel .....	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel.....	37
3.3 Identifikasi Variabel.....	38
3.4 Definisi Operasional.....	38
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.6 Prosedur Pengumpulan.....	42
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1 Uji Instrumen.....	43
3.7.1.1 Uji Validitas .....	43
3.7.1.2 Uji reliabilitas.....	44
3.8 Teknik Analisis .....	45
3.8 1 Uji Asumsi Klasik .....	45
3.8.2 Regresi Linier Berganda .....	46
3.8.3 Koefisien determinasi berganda (R <sup>2</sup> ) .....	47
3.8.4 Uji Hipotesis.....	48
3.8.4.1 Uji t.....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>



4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	50
4.2 Hasil Penelitian .....	53
4.2.1 Karakteristik Responden .....	53
4.2.1.1 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden .....	53
4.2.1.2 Klasifikasi Usia Responden .....	54
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	54
4.2.2.1 Deskripsi Mengenai Variabel Citra Merek (X1).....	55
4.2.2.2 Deskripsi Mengenai Variabel Kualitas Produk.....	55
4.2.2.3 Deskripsi Mengenai Variabel Harga .....	56
4.2.2.4 Deskripsi Mengenai Variabel Keputusan Pembelian ..	57
4.3 Analisis Model atau Pengujian Hipotesis.....	57
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
4.3.1.1 Uji validitas.....	57
4.3.1.2 Uji Reliabilitas .....	60
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	63
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	64
4.3.2.2 Uji Multikolinieritas .....	64
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	65
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	66
4.3.4 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda (R <sup>2</sup> ).....	70
4.3.5 Uji Hipotesis .....	70
4.3.5.1 Hasil Uji t.....	70
4.4 Pembahasan .....	75

<b>BAB V : SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....</b>	<b>78</b>
5.1 Simpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
5.3 Keterbatasan .....	79
Daftar Pustaka .....	81

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 top brand index.....	5
Tabel 3.1 skala likert.....	43
Tabel 4.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.2 Klasifikasi Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	55
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2) .....	55
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Harga (X3).....	56
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1) .....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Harga (X3) .....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X1) .....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2) .....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X3).....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.15 Uji Multikolinieritas .....	65
Tabel 4.16 Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
Tabel 4.17 Thitung.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 tahap – tahap pengambilan keputusan .....	16
Gambar 2.2 model analisa.....	34
Gambar 3.1 Kurva Uji t.....	49
Gambar 4.1 P – Plot.....	64
Gambar 4.2 ScatterPlot .....	66
Gambar 4.3 Thitung Variabel Citra Merek .....	73
Gambar 4.4 Thitung Variabel Kualitas Produk.....	74
Gambar 4.5 Thitung Variabel Harga .....	75

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 : KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN 2 : DESKRIPSI RESPONDEN

LAMPIRAN 3 : TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP TIAP VARIABEL

LAMPIRAN 4 : HASIL OUTPUT VALIDITAS

LAMPIRAN 5 HASIL OUTPUT RELIABILITAS

LAMPIRAN 6 : HASIL OUTPUT ANALISIS DAN UJI HIPOTESIS

## **ABSTRACTION**

*The purpose of this study is to determine the effect of each variable, namely brand image, product quality, and price on McDonald's consumer's Graha Family Surabaya purchasing decisions. All McDonald's Graha Family Surabaya consumers are the population of this study and nonprobability sampling is a sampling technique and the sample of this study is 120 people. Multiple linear regression is a data analysis technique used to answer the hypotheses of this study. Prior to the preparation of the hypothesis, the validity and reliability tests are carried out.*

*Based on the results of the validity and reliability tests are all valid and reliable variables. The results of the t test carried out can be concluded that each variable, namely brand image, product quality, and price, influences the purchase decision of McDonald's Consumer Graha Family Surabaya.*

***Keywords: brand image, product quality, price, purchase decision.***

## ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh dari tiap – tiap variabel yaitu citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen McDonald's Graha Family Surabaya. Seluruh konsumen McDonald's Graha Family Surabaya adalah populasi dari penelitian ini dan *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampling dan sampel penelitian ini berjumlah 120 orang. Regresi linier berganda adalah teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis dari penelitian ini. Sebelum dilakukan penyusunan hipotesis dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas seluruhnya adalah variabel valid dan *reliable*. Hasil uji t yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa masing – masing variabel yaitu citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen McDonald's Graha Family Surabaya.

**Kata kunci : citra merek, kualitas produk, harga, keputusan pembelian.**