

**PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI INTERVENING VARIABEL
PADA PRODUK KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC)
ARION MALL**

SKRIPSI

**SITI NUR AZIZAH
2114000402**



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI INTERVENING VARIABEL
PADA PRODUK KENTUCKY FRIED CHICKEN
(KFC) ARION MALL**

SKRIPSI

**SITI NUR AZIZAH
2114000402**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA**

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwas kripsi dengan judul :

PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI INTERVENING VARIABEL PADA PRODUK KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) ARION MALL

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya akan bersedia menerima sanksi suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 8 September 2020



SITI NUR AZIZAH
NPM 2114000402

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI INTERVENING VARIABEL PADA PRODUK KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) ARION MALL

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia . Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 8 September 2020

Menyetujui
Pembimbing,



Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc.

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Ramaditya, BBA, MSc.



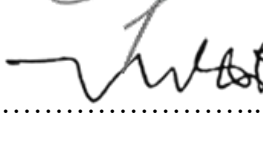

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI INTERVENING VARIABEL PADA PRODUK KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) ARION MALL

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal : 8 September 2020 dengan nilai B+

Panitia Ujian Skripsi

- | | |
|--|--|
| 1.  | Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen) |
| 2.  | Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc.
(Pembimbing) |
| 3.  | Rama Chandra, SE., ME
(Anggota Penguji I) |
| 4.  | Doddi Prastuti, SE, MBA
(Anggota Penguji II) |

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat Rahmat dan Karunia-nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu dan Bapak selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ).
4. Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
5. Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc. Selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
6. Seluruh dosen, staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang dengan tulus memberikan pendidikan dan pengajaran serta bantuan kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
7. Seluruh staff perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan waktu kepada peneliti untuk meminjamkan buku-buku untuk referensi dalam penulisan skripsi ini.
8. Pihak Staff KFC Arion Mall Jakarta Timur yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
9. Kedua Orang tua tercinta Bapak Wakimin dan Ibu Siti Koriyah serta keluarga besar yang selama ini tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang,

perhatian, cinta, doa, semangat dan serta segala bantuan dukungannya baik material dan moral.

10. Kedua Mertua saya Alm. Bapak Agus Supriatna, dan Ibu Dwi Usetyo Rini serta Bapak H. Sudiyono yang telah memberikan dukungan, dan semangat serta segala bantuan baik moril maupun material.
11. Suami tercinta saya Sandi Kusuma Brata S.E. dan ke-dua Putra saya yang sangat saya sayangi dan saya cintai Muhammad Rayyan Eka Subrata dan Muhammad Syaafi Tsani yang selama ini tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, perhatian, cinta, doa, keceriaan dan motivasi agar dapat menyelesaikan kuliah ini dengan baik.
12. Para sahabat-sahabat A3M, Ambar Ayu Novalina, Annisa Anjani, Maya Romantika yang selalu menemani peneliti selama menjalankan perkuliahan sejak awal kuliah.
13. Para teman-teman Manremal kelas 1C yang terus saling mensupport dan memberikan masukan serta menemani peneliti selama sesi perkuliahan berlangsung.
14. Para sahabat Rosli Septiani Mulia dan sahabat satu bimbingan yang terus memberi semangat dan masukan selama proses perkuliahan hingga penelitian skripsi.
15. Seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu selama menjalankan penelitian skripsi.

Akhir kata peneliti berharap bantuan yang diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari ALLAH SWT, dan peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membaca.

Jakarta, 8 September 2020



SITI NUR AZIZAH

NPM 2114000402

Siti Nur Azizah

Dosen Pembimbing

NPM : 2114000402

Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc.

Program Studi S-1 Manajemen

**PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI INTERVENING VARIABEL PADA
PRODUK KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) ARION
MALL**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh cita rasa dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan keputusan pembelian sebagai intervening variabel pada produk KFC Arion Mall. Metoda yang digunakan adalah metoda pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur skala likert.

Metoda pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi kuantitatif yang diukur dengan perhitungan koefisien korelasi (parsial dan simultan) serta analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*Path Analysis*).

Berdasarkan hasil perhitungan statistik menunjukkan : (1) nilai sig. t variabel cita rasa dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,000. Dimana nilai sig. t lebih kecil dari 0,05. (2) nilai sig. t variabel cita rasa, harga, dan keputusan pembelian sebesar 0,000 dan nilai sig. t lebih kecil dari 0,05. (3) nilai sig. t variabel cita rasa terhadap loyalitas konsumen dengan variabel keputusan pembelian sebagai variabel intervening sebesar 0,000. Dimana nilai sig. t lebih kecil dari 0,05. (4) nilai sig. t variabel harga terhadap loyalitas konsumen dengan variabel keputusan pembelian sebagai variabel intervening sebesar 0,031. Dimana nilai sig. t lebih kecil dari 0,05. Nilai R^2 terhadap keputusan pembelian sebesar 56,1% dan terhadap loyalitas konsumen sebesar 61,8%.

Kesimpulannya adalah : secara parsial cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial keputusan pembelian berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. secara parsial cita rasa berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Secara parsial harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Secara tidak langsung cita rasa berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan variabel keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Secara tidak langsung harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan variabel keputusan pembelian sebagai variabel intervening.

Kata Kunci : Cita Rasa, Harga, Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen

Siti Nur Azizah

Advisor

NPM : 2114000402

Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc.

Program Studi S-1 Manajemen

***THE INFLUENCE OF TASTE AND PRICE TO CUSTOMER
LOYALTY WITH PURCHASE DECISION AS VARIABLES
INTERVENING IN KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC)
ARION MALL***

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence taste and price have on consumer loyalty with purchasing decisions as an intervening variable in KFC Arion Mall products.

The method used is a method of data collection using a questionnaire measured by a Likert scale. The sampling method used accidental sampling technique with a total sample of 97 respondents. The strategy used in this research is a quantitative strategy as measured by the calculation of the correlation coefficient (partial and simultaneous) and the data analysis used is path analysis.

Based on the results of statistical calculations, it shows: (1) the sig. t taste and price variables on purchasing decisions of 0.000. Where is the sig. t is less than 0.05. (2) sig. t taste, price, and purchase decision variables of 0.000 and sig. t is less than 0.05. (3) sig. t taste variable towards consumer loyalty with the purchase decision variable as an intervening variable of 0.000. Where is the sig. t is less than 0.05. (4) sig. t the price variable on consumer loyalty with the purchase decision variable as an intervening variable of 0.031. Where is the sig. t is less than 0.05. The value of R² on purchasing decisions is 56.1% and consumer loyalty is 61.8%.

The conclusion is: partially taste affects purchasing decisions. Partially the price has an effect on purchasing decisions. Partially, purchasing decisions affect consumer loyalty. taste partially affects consumer loyalty. Partially, price affects consumer loyalty. Indirectly, taste affects consumer loyalty with the purchasing decision variable as an intervening variable. Indirectly, price affects consumer loyalty with the purchase decision variable as an intervening variable.

Keywords: Taste, Price, Purchase Decision and Consumer Loyalty

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SITI NUR AZIZAH
NPM : 2114000402
Program Studi : S1 MANAJEMEN
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI INTERVENING VARIABEL PADA
PRODUK KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) ARION
MALL**

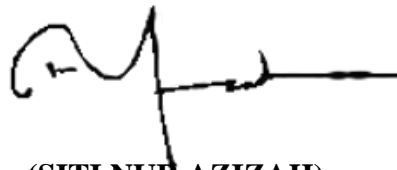
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia bentuk menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

Pada tanggal : 8 September 2020

Yang menyatakan,



(SITI NUR AZIZAH)

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Review Peneliti Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	15
2.2.1. Pengertian Pemasaran	15
2.2.2. Pengertian Cita Rasa	16
2.2.2.1. Indikator Cita Rasa.....	16
2.2.3. Harga	17
2.2.3.1. Definisi Harga	17
2.2.3.2. Indikator Harga	18

	Halaman
2.2.3.3. Metode Penetapan Harga	18
2.2.4. Keputusan pembelian	20
2.2.4.1. Tingkatan Keputusan Pembelian konsumen	21
2.2.4.2. Proses Keputusan pembelian	22
2.2.5. Pengertian Loyalitas Pelanggan	25
2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	28
2.3.1. Pengaruh cita rasa konsumen terhadap loyalitas konsumen pada produk KFC.....	28
2.3.2. Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada produk KFC	29
2.3.3. Pengaruh langsung Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	29
2.3.4. Pengaruh keputusan pembelian terhadap loyalitas konsumen pada produk KFC.....	29
2.3.5. Pengaruh cita rasa konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk KFC	30
2.3.6. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk KFC	30
2.3.7. Pengaruh cita rasa konsumen terhadap loyalitas konsumen melalui keputusan pembelian pada produk.....	31
2.4. Kerangka Konseptual Penelitian	31
BAB III METODA PENELITIAN.....	32
3.1. Strategi Penelitian	32
3.2. Populasi dan Sampel	32
3.2.1 Populasi Penelitian	32
3.2.2. Sampel Penelitian.....	33
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	34
3.3.1 Studi Kepustakaan.....	34
3.3.2. Kuesioner	35
3.4. Jenis pengumpulan data	35
3.4.1. Data primer.....	35
3.4.2. Data sekunder.....	36
3.5. Operasionalisasi Variabel.....	36
3.6. Metoda analisis data.....	37
3.6.1. Analisa Deskriptif	37

	Halaman
3.6.2. Analisis Statistik data.....	38
3.6.3. <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	38
3.6.4. Analisis <i>Inner Model</i>	39
3.6.5. Pengujian Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.2. Deskripsi Responden.....	45
4.3. Deskripsi Data	47
4.4. Analisis Data	49
4.4.1. Evaluasi <i>Measurement (Outer) Model</i>	49
4.4.1.1 <i>Convergent Validity</i>	50
4.4.1.2 <i>Discriminant Validity</i>	52
4.4.2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	53
4.5. Pengujian Hipotesis.....	55
4.5.1. Pengujian Hipotesis H1	56
4.5.2. Pengujian Hipotesis H2	56
4.5.3. Pengujian Hipotesis H3.....	56
4.5.4. Pengujian Hipotesis H4.....	56
4.5.5. Pengujian Hipotesis H5.....	57
4.5.6. Pengujian Hipotesis H6.....	57
4.5.7. Pengujian Hipotesis H7.....	57
4.5. Pembahasan.....	57
4.7. Cita rasa, Harga, Loyalitas konsumen dan Keputusan pembelian KFC Arion Mall.....	60
4.7.1. Cita rasa KFC Arion Mall.....	60
4.7.2. Harga KFC Arion Mall	61
4.7.3. Loyalitas Konsumen KFC Arion Mall.....	62
4.7.4. Keputusan pembelian KFC Arion Mall	63

	Halaman
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Simpulan	64
5.2. Saran.....	65
5.3. Keterbatasan Penelitian danPengembangan Penelitian Selanjutnya.....	65
DAFTAR REFERENSI	66
LAMPIRAN.....	69
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	92

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Skala Likert Penelitian.....	35
Tabel 3.2. Operasional Variabel.....	36
Tabel 4.1. Profil Responden (Jenis Kelamin)	45
Tabel 4.2. Profil Responden (Usia)	46
Tabel 4.3. Profil Responden (Pendapatan).....	46
Tabel 4.4. Profil Responden (Kunjungan)	47
Tabel 4.5. <i>Outer Loading</i>	51
Tabel 4.6. <i>Composite Reliability, Cronbach Alpha dan AVE</i>	52
Tabel 4.7. <i>Discriminant Validity</i>	53
Tabel 4.8. Nilai R Square.....	54
Tabel 4.9. <i>Path Coefficients</i>	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Tahap – Tahap Evaluasi Alternatif Keputusan Pembelian	23
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Penelitian.....	31
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel Cita Rasa (X_1).....	48
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Harga (X_2).....	48
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Z).....	49
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	49
Gambar 4.5. Tampilan Hasil PLS <i>Alogarithm</i>	50
Gambar 4.6. Tampilan Hasil PLS <i>Boothstraping</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Pengantar Kuesioner	68
Lampiran 2. Tabel Tabulasi data	74
Lampiran 3. Hasil Olah Data <i>Smart</i> PLS	86
Lampiran 4. Surat Keterangan Riset.....	91
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup	92