

**PENGARUH CITA RASA, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUYO
DESSERTS DI GRAND GALAXY PARK BEKASI
(Studi Kasus Puyo Desserts di Grand Galaxy Park)**

SKRIPSI

**Mariska Fadilah
2116000051**



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

JAKARTA

2021

**PENGARUH CITA RASA, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUYO
DESSERTS DI GRAND GALAXY PARK BEKASI**

(Studi Kasus Puyo Desserts di Grand Galaxy Park)

SKRIPSI

**Mariska Fadillah
2116000051**



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

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

JAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul:

PENGARUH CITA RASA, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Puyo Desserts di Grand Galaxy Park)

Yang disusun untuk melengkapi sebagai 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 bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 23 September 2021



Mariska Fadilah
NPM 2116000051

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Ilmiah dengan judul:

PENGARUH CITA RASA, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Puyo Desserts di Grand Galaxy Park)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Asep Saefurahman, SE., M.E. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 23 September 2021

Pembimbing,



Asep Saefurahman, SE., M.E

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN



Karya Ilmiah dengan judul:


PENGARUH CITA RASA, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

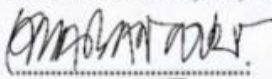
(Studi Kasus Puyo Desserts di Grand Galaxy Park)

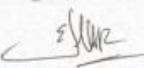
Telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 23 September 2021 dengan nilai A

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1. M.   Aditya, BBA, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2. Asep Saefurrahman, SE, M.E

(Pembimbing)

3. Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM

(Anggota Penguji)

4. Dr. Engkur, S.IP., ME

(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah 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. Bapak Asep Saefurahman, SE., M.E selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Gatot Prabantoro, SE., MM dan Ibu Dr. Engkur, S.IP., ME selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program S-1 Manajemen.
5. Segenap dosen dan staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan studi.
6. Pihak PT. Puyo Indonesian Kreasi yang telah memberikan izin penelitian dan banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan
7. Kedua orang tua tercinta, Ayah Ricky Amin dan Mama Susanti yang telah memberikan banyak pelajaran semasa hidupnya dan penulis takkan pernah melupakan ucapan-ucapan yang telah disampaikan oleh beliau,.
8. Kakak dan adik-adik penulis, Erisa Khaerani, Muhammad Syahril Mubarak, Azzukhruf Janatan Amin, Marfathan Azizan Hakim Amin, dan Raihan Rizky Fii Sabiilillah Amin yang selalu mendo'akan, mendukung dan memberikan cinta kasih yang tiada henti untuk penulis dan senantiasa memberikan motivasi

yang luar biasa sehingga mampu memberikan pencerahan dan penguatan yang sangat berarti bagi penulis.

9. Serta sahabat-sahabat saya Yesita, Catur, Miranti, Astani, Widi Fatma, Siti Amelia, Reza Rakasiwi, Raditya, Fitri dan Tya. Terima kasih sudah membantu dan memberi dukungan serta hiburan kepada peneliti saat mendapatkan kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta teman-teman kelas A Manajemen Pagi Angkatan 2016 untuk segala dukungan dan motivasi serta semangat dalam membantu penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, 23 September 2021



MARISKA FADILAH
NPM 2116000051

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai aktivis akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mariska Fadilah
NPM : 2116000051
Program Studi : S-1 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 karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH CITA RASA, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Puyo Desserts di Grand Galaxy Park)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 23 September 2021

Yang menyatakan,



Mariska Fadilah

Mariska Fadilah

Dosen Pembimbing

2116000051

Asep Saefurahman, SE., M.E

Program Studi S-1 Manajemen

**PENGARUH CITA RASA, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUYO DESSERTS DI GRAND
GALAXY**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara cita rasa, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Puyo Desserts di Grand Galaxy Park.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner. populasi penelitian ini adalah masyarakat yang melakukan pembelian di gerai Puyo Desserts di Grand Galaxy Park. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 orang responden dengan menggunakan *purposive sampling*. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 25.0.

Hasil pada penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial cita rasa tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan cita rasa, citra merek dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Cita Rasa, Citra Merek Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian

Mariska Fadilah

Supervisor

2116000051

Asep Saefurahman, SE., M.E

Study Program S-1 Manajemen

THE INFLUENCE OF TASTE, BRAND IMAGE AND PRICE PERCEPTION ON PUYO DESSERTS PURCHASE DECISION AT GRAND GALAXY

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of taste, brand image and price perception on purchasing decisions for Puyo Desserts at Grand Galaxy Park.

This study uses primary data by distributing questionnaires. The population of this research is people who make purchases at the Puyo Desserts outlet in Grand Galaxy Park. The sample in this study amounted to 97 respondents using purposive sampling. Analysis of the research data using multiple linear regression analysis using SPSS version 25.0.

The results of this study prove that partially taste does not affect purchasing decisions, brand image affects purchasing decisions and price perceptions affect purchasing decisions. Simultaneously taste, brand image and price perception affect purchasing decisions.

Keyword : Taste, Brand Image Price Perception and Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	5
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. Pemasaran	9
2.2.2. Bauran Pemasaran.....	10
2.2.3. Cita Rasa	10
2.2.4. Citra Merek	12
2.2.5. Persepsi Harga	15

	Halaman
2.2.6. Keputusan Pembelian.....	18
2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	20
2.3.1. Pengaruh cita rasa terhadap keputusan Pembelian	20
2.3.2. Pengaruh citra merek terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.3. Pengaruh persepsi harga terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.4. Pengaruh cita rasa, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan Pembelian	23
2.4. Pengembangan Hipotesis	23
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	23
BAB III METODA PENELITIAN	25
3.1. Strategi Penelitian	25
3.2. Populasi dan Sampel	25
3.2.1. Populasi penelitian	25
3.2.2. Sampel penelitian	25
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data	27
3.4. Operasional Variabel Penelitian	28
3.4.1. Uji Validitas.....	32
3.4.2. Uji Reabilitas	32
3.5. Metoda Analisis Data	33
3.5.1. Metoda Pengolahan data	33
3.5.2. Metoda Penyajian Data	33
3.5.3.1. Analisis Statistik Data	34
3.5.3.2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial	34
3.5.3.3. Uji Hipotesis	35

	Halaman
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Deskripsi Perusahaan	38
4.2. Deskripsi Responden	40
4.3. Deskripsi Data	42
4.4. Hasil Pengujian Instrument Penelitian	45
4.4.1. Uji validitas	45
4.4.2. Uji reliabilitas	46
4.5. Analisis Statistik Data	49
4.5.1 Uji Hipotesis	49
4.5.2 Analisis Koefisien Determinasi parsial	52
4.5.3 Analisis Koefisien Determinasi R^2	54
4.6. Temuan Hasil Penelitian	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1. Simpulan	57
5.2. Saran	58
5.2. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	58
DAFTAR REFERENSI	59
LAMPIRAN	62
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI	96

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Indikator Penelitian Cita Rasa	29
Tabel 3.2. Indikator Penelitian Citra Merek	29
Tabel 3.3. Indikator Penelitian Persepsi Harga	30
Tabel 3.4. Indikator Penelitian Keputusan Pembelian	31
Tabel 3.5. Bobot Nilai Skala Likert	32
Tabel 4.1. Logo Puyo	39
Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.3. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.4. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.5. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	42
Tabel 4.6. Validitas Instrumen per Butir untuk Variabel Cita Rasa (X_1)	46
Tabel 4.7. Validitas Instrumen per Butir untuk Variabel Citra Merek (X_2)	46
Tabel 4.8. Validitas Instrumen per Butir untuk Persepsi Harga (X_3) ...	46
Tabel 4.9. Validitas Instrumen per Butir untuk Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas Cita Rasa (X_1)	48
Tabel 4.11. Hasil Uji Relibilitas Citra Merek (X_2)	48
Tabel 4.12. Hasil Uji Relibilitas Persepsi Harga (X_3)	48
Tabel 4.13. Hasil Uji Relibilitas Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	49
Tabel 4.15. Uji t	50
Tabel 4.16. Uji F	51

Tabel 4.17. Koefisien Determinasi Cita Rasa dengan Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.18. Koefisien Determinasi Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.19. Koefisien Determinasi Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.20. Koefisien Determinasi Cita Rasa, Citra Merek dan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Pemikiran	24
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Cita Rasa (X_1)	42
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek (X_2)	42
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Persepsi Harga (X_3)	44
Gambar 4.5. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan pembelian (Y)	45

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	62
Lampiran 2. Variabel Cita Rasa (X_1)	67
Lampiran 3. Variabel Citra Merek (X_2)	72
Lampiran 4. Variabel Persepsi Harga (X_3)	77
Lampiran 5. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	82
Lampiran 6. Uji Validitas Variabel Cita Rasa (X_1)	87
Lampiran 7. Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_2)	88
Lampiran 8. Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X_3)	89
Lampiran 9. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	90
Lampiran 10. Uji Reliabilitas Variabel Cita Rasa (X_1)	91
Lampiran 11. Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X_2)	91
Lampiran 12. Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga (X_3)	92
Lampiran 13. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	92
Lampiran 14. Koefisien Determinasi Parsial	93
Lampiran 15. Koefisien Determinasi Simultan	93
Lampiran 16. Uji t	94
Lampiran 17. Uji F	94
Lampiran 18. Surat Riset.....	95
Lampiran 19. Daftar Riwayat Hidup.....	96