

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN OLEH KONSUMEN
DI KFC MANGGARAI**

SKRIPSI

OLEH :

MILA KARLINA FEBRIYANTI
211100056



PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2015

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN OLEH KONSUMEN
DI KFC MANGGARAI**

SKRIPSI

OLEH :

MILA KARLINA FEBRIYANTI
211100056



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MENLENGKAPI
SEBAGIAN PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2015

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN DI KFC MANGGARAI

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi atau pun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapat gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya di cantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 11 Agustus 2015



Mila Karlina Febriyanti

NPK 211100056

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN DI KFC MANGGARAI

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Bapak Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc dan di ketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

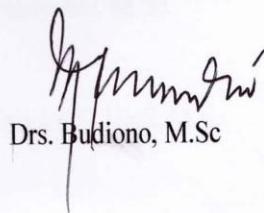
Jakarta , 11 Agustus 2015

Menyetujui
Pembimbing,



Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Drs. Budiono, M.Sc

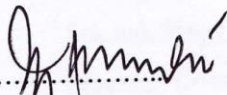
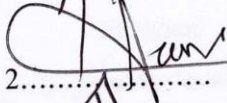
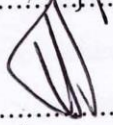
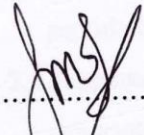
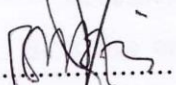
PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN DI KFC MANGGARAI

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Pada tanggal 26 Agustus 2015 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

1.  Ketua (Ka.Prodi S-1 Manajemen : Drs. Budiono, M.Sc)
2.  Sekretaris (Sekretaris S-1 Manajemen: Drs. Sumitro, M.Sc)
3.  Pembimbing : Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc.
4.  Anggota Penguji I : Drs. Subekti S. Hadi, M.Sc.
5.  Anggota Penguji II : Ir. Diah Pranita Sari, MM.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).

Segala kesulitan yang dialami penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak berarti tanpa adanya doa, semangat, nasihat serta bimbingan dari semua pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc, selaku Dosen Pembimbing skripsi ini, atas waktu, tenaga, kesabaran serta pikirannya yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
3. Bapak Drs. Budiono, M.Sc, selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc, selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
5. Segenap Dosen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI), atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
6. Seluruh Staf dan Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI), yang dengan tulus memberikan pelayanan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Pimpinan PT. Fast Food Indonesia, Tbk (KFC) yang telah memberikan izin dan bantuan dalam pengumpulan data.
8. Kedua orangtua tercinta Ayah Asril (Alm) dan Ibu Marni yang telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang dan selalu memberikan

dukungan kepada penulis dalam keadaan apapun, baik materil maupun moril, doa dan motivasi agar penulis bisa menyelesaikan kuliah tepat pada waktunya.

9. Kakak tercinta Yesika dan Nova Delvita serta ponakan tersayang Syalwa Ziffara Azriel yang telah memberikan doa dan semangat.
10. Sahabat Tami, Riska, Ita, Lia, Risma, dan Nining yang selalu memberikan motivasi. Teman kampus Riski, Ade, Dewi, Rani, dan Pera yang banyak membantu penulis selama perkuliahan. Terima kasih telah mengisi hari-hari penulis dengan penuh suka cita.
11. Teman-teman seperjuangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala doa, dukungan dan semangat yang diberikan kepada penulis khususnya kelas A pagi angkatan 2011 S-1 Manajemen dan kelas Pemasaran 2014/2015, STEI.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta , 11 Agustus 2015

Mila Karlina Febriyanti

NPK 211100056

Mila Karlina Febriyanti

Dosen Pembimbing :

NPK 211100056

Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc

Program Studi S-1 Manajemen

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH
KONSUMEN DI KFC MANGGARAI**

ABSTRAK

Citra merek, harga, dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara citra merek, harga dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian oleh konsumen di KFC Manggarai.

Penelitian ini akan dilakukan di Restoran KFC Manggarai Jakarta Selatan. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 pelanggan yang telah menjadi pelanggan Restoran KFC Manggarai, yang dipilih dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Metoda penelitian yang digunakan adalah metoda survei dengan pendekatan korelasional. Metoda analisis data yang digunakan adalah uji koefisien korelasi dan uji hipotesis.

Hasil uji koefisien korelasi parsial antara citra merek dengan keputusan pembelian dengan α sebesar 5% adalah positif dan signifikan, diperoleh nilai $r_{y1.23}$ sebesar 0,058 artinya hubungan citra merek dengan keputusan pembelian, (harga dan kualitas pelayanan konstan) adalah sangat lemah dengan hubungan yang bersifat positif atau searah. Sedangkan hasil uji koefisien korelasi parsial antara harga dengan keputusan pembelian dengan α sebesar 5% adalah positif dan signifikan, diperoleh $r_{y2.13}$ sebesar 0,286 artinya hubungan harga dengan keputusan pembelian, (citra merek dan kualitas pelayanan konstan) adalah lemah dengan hubungan yang bersifat positif atau searah. Dan hasil uji koefisien korelasi parsial kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian dengan α sebesar 5% adalah positif dan signifikan, diperoleh $r_{y3.12}$ sebesar 0,086 artinya hubungan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian, (citra merek dan harga) adalah sangat lemah dengan hubungan yang bersifat positif atau searah.

Adapun hasil uji koefisien korelasi berganda diperoleh nilai r_{y123} sebesar 0,293 menunjukkan bahwa hubungan antara citra merek, harga dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen pada KFC Manggarai adalah lemah dengan hubungan yang bersifat positif atau searah. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dan simultan dengan $\alpha = 5\%$, menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara citra merek, harga dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK SKRIPSI	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Masalah Penelitian.....	1
1.1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.1.2. Perumusan Masalah Pokok Penelitian	3
1.1.3. Spesifikasi Masalah Penelitian.....	4
1.2. Kerangka teori.....	4
1.2.1. Identifikasi Variabel Peneltitian.....	4
1.2.2. Uraian Konseptual Tentang Variabel.....	5
1.2.3. Hipotesis Penelitian.....	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.3.1. Tujuan Penelitian	6
1.3.2. Kegunaan Penelitian	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Pengertian Pemasaran	13
2.2.2. Pengertian Merek	18
2.2.3. Pengertian Citra merek.....	20
2.2.4. Pengertian Harga.....	22
2.2.5. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	25
2.2.6. Pengertian Keputusan Pembelian.....	27
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian	29
2.3.1. Hubungan citra merek dengan keputusan pembelian	29
2.3.2. Hubungan harga dengan keputusan pembelian.....	30
2.3.3. Hubungan kualitas pelayanan dengan keputusan Pembelian.....	30
2.3.4. Hubungan antara citra merek, harga dan kualitas Pelayanan dengan keputusan pembelian.....	31
BAB III PROSEDUR PENELITIAN	33
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.2. Strategi dan Metode Penelitian	33
3.2.1. Strategi Penelitian	33
3.2.2. Metode Penelitian	33
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
3.3.1. Populasi Penelitian.....	34
3.3.2. Sampel Penelitian.....	34
3.4. Unit-unit Analisa penelitian.....	35
3.5. Metoda Pengumpulan Data.....	35
3.6. Instrumen Pengumpulan Data dan Pengujian Instrumen....	36
3.6.1. Instrumen Pegumpulan Data.....	36

3.6.2. Pengujian Instrumen Penelitian	38
3.7. Metoda Analisa Data.....	39
3.7.1. Pengolahan Data	39
3.7.2. Penyajian Data	39
3.7.3. Analisis Statistik Data.....	39
BAB IV HASIL-HASIL PENELITIAN.....	48
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	48
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	48
4.2. Analisis Deskripsi	50
4.2.1. Deskripsi Responden.....	50
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	58
4.3.1. Deskripsi Data.....	58
4.3.2. Uji Validitas	60
4.3.3. Uji Reliabilitas	63
4.4. Analisis Statistik Data.....	64
4.4.1. Analisis Koefisien Korelasi Parsial.....	64
4.4.2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda	66
4.4.3. Pengujian Hipotesis.....	66
4.5. Narasi Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1. Kesimpulan	74
5.2. Saran	75
DAFTAR KUTIPAN.....	77
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Indikator variabel Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan dengan keputusan pembelian.....	36
Tabel 3.2. Interpretasi Koefisien Korelasi.....	43
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	50
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	51
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	51
Tabel 4.5. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X_1).....	52
Tabel 4.6. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga (X_2).....	53
Tabel 4.7. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X_3).....	54
Tabel 4.8. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
Tabel 4.9. Validitas Instrumen per Butir untuk Citra Merek (X_1).....	61
Tabel 4.10. Validitas Instrumen per Butir untuk Harga (X_2).....	61
Tabel 4.11. Validitas Instrumen per Butir untuk Kualitas Pelayanan (X_3).....	62
Tabel 4.12. Validitas Instrumen per Butir untuk Keputusan Pembelian (Y).....	63
Tabel 4.13. Korelasi Parsial Citra Merek (X_1) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	64
Tabel 4.14. Korelasi Parsial Harga (X_2) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	65
Tabel 4.15. Korelasi Parsial Kualitas Pelayanan (X_3) dengan Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek (X_1).....	59
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Harga (X_2).....	59
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Pelayanan (X_3).....	60
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Struktur Organisasi Restoran <i>Kentucky Fried Chicken</i> (KFC) Manggarai, Jakarta Selatan.	82
Lampiran 2. Kuesioner	83
Lampiran 3. Tabulasi Skor Variabel Citra Merek (X_1)	87
Lampiran 4. Tabulasi Skor Variabel Harga (X_2).....	89
Lampiran 5. Tabulasi Skor Variabel Kualitas Pelayanan (X_3).....	91
Lampiran 6. Tabulasi Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	93
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1)	95
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2).....	96
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)..	97
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	100
Lampiran 11. Tabulasi Skor Ganjil Genap Variabel Citra Merek (X_1)	101
Lampiran 12. Pengolahan Data Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X_1)	103
Lampiran 13. Tabulasi Skor Ganjil Genap Variabel Harga (X_2)	104
Lampiran 14. Pengolahan Data Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_2)..	106
Lampiran 15. Tabulasi Skor Ganjil Genap Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)	107
Lampiran 16. Pengolahan Data Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)	111
Lampiran 17. Tabulasi Skor Ganjil Genap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	112

Halaman

Lampiran 18.	Pengolahan Data Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	114
Lampiran 19.	Koefisien Korelasi Parsial	115
Lampiran 20.	Data Berpasangan Variabel Penelitian	116
Lampiran 21.	Koefisien Korelasi Berganda	118
Lampiran 22.	Surat Keterangan Riset KFC.....	119
Lampiran 23.	Daftar Riwayat Hidup.....	120