



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT DI
MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

SARAH LUTHFIYYAH ANJANI 1710111130

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

2021



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT DI
MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

SARAH LUTHFIYYAH ANJANI 1710111130

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Sarah Luthfiyyah Anjani

NIM : 1710111130

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 17 Juli 2021

Yang menyatakan,



(Sarah Luthfiyyah Anjani)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah Luthfiyyah Anjani
NIM : 1710111130
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Pengaruh *Brand Image*, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Di Masa Pandemi Covid-19

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 17 Juli 2021
Yang menyatakan



(Sarah Luthfiyyah Anjani)

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT DI MASA PANDEMI COVID-19

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SARAH LUTHFIYYAH ANJANI 1710111130

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 17 Juli
2021 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih S. Mangabarani, M. Si
Ketua Penguji



Jenji Gunaedi Argo, SE., MM
Penguji I



Yuliniar, SE., MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Wahvudi, SE., MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 17 Juli 2021

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PROMOTION, AND PRICE ON PIZZA HUT PURCHASE DECISIONS DURING THE COVID-19 PANDEMIC

By : Sarah Luthfiyyah Anjani

Abstract

The Covid-19 pandemic has had an impact on the economy in Indonesia. Almost all industrial sectors have been affected by the Covid-19 pandemic, one of which is the accommodation and food and beverage sector. Pizza hut is one of the restaurants affected by Covid-19. This research is a quantitative research that aims to determine the influence of each brand image, promotion, and price on purchasing decisions. The population of this study is the people of West Jakarta who know and consume Pizza Hut during the Covid-19 pandemic. Sources of data obtained through the distribution of questionnaires to 100 respondents using google form. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling type. The analytical tool used in this research is SmartPLS 3.0. The results obtained from this study are (1) Brand Image has a positive effect of 0.790 and is significant. (2) Promotion has a positive effect of 0.042 and is not significant. (3) Price has a positive effect of 0.077 and is not significant. With an adjusted R square value of 0.787 or 78.7%.

Keywords: Brand Image, Promotion, Price, Purchase Decisions

PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT DI MASA PANDEMI COVID-19

Oleh : Sarah Luthfiyyah Anjani

Abstrak

Pandemi Covid-19 berdampak pada perekonomian di Indonesia. Hampir semua sektor industri terkena dampak dari pandemi Covid-19, salah satunya yaitu sektor akomodasi dan makan minum. Pizza hut merupakan salah satu restoran yang terkena dampak Covid-19. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing dari *brand image*, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Jakarta Barat yang mengetahui dan mengonsumsi Pizza Hut selama masa pandemi Covid-19. Sumber data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan menggunakan *google form*. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan SmartPLS 3.0. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah (1) *Brand Image* memiliki pengaruh positif sebesar 0.790 dan signifikan. (2) Promosi memiliki pengaruh positif sebesar 0.042 dan tidak signifikan. (3) Harga memiliki pengaruh positif sebesar 0.077 dan tidak signifikan. Dengan nilai *adjusted R square* sebesar 0.787 atau 78.7%.

Kata kunci: *Brand Image*, Promosi, Harga, Keputusan Pembelian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021




Hari ini Sabtu, tanggal 17 bulan Juli 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Sarah Luthfiyyah Anjani
NIM : 1710111130
Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :
Pengaruh *Brand Image*, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Masa Pandemi Covid-19

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S. Mangabarani. M. Si	Ketua Penguji	
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Penguji I	
3	Yuliniar, SE, MM	Penguji II **)	

Keterangan :

- *) Coret yang tidak perlu
- **) Dosen Pembimbing

Jakarta, 17 Juli 2021
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kepala Program Studi
Manajemen Program Sarjana



Wahyudi.,SE.,MM

PRAKATA

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Di Masa Pandemi Covid-19”** ini dapat diselesaikan.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, SE., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen, Bapak Wahyudi, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis juga menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada Ibu Yuliniar, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dra. Alfida Aziz, MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak memberi arahan serta saran-saran yang sangat bermanfaat selama proses penelitian. Dan juga terima kasih kepada Ibu Dewi Cahyani Pangestuti, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang setia membimbing penulis, serta segenap Dosen dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan bantuan arahan dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Di samping itu ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Sudaryanto dan Ibu Rosidah selaku kedua orang tua yang sangat saya sayangi serta selalu setia mendoakan dan memberi semangat. Penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada rekan-rekan penulis Angie, Abi, Sindy, Muti, Paksi, Kelvin, Sulfina, Aldo, dan Azri yang selalu sabar mendengar segala keluh kesah penulis, membantu dalam memberi masukan-masukan selama proses penyusunan skripsi ini, dan senantiasa menemani selama proses pengerjaan skripsi.

Penulis mohon maaf atas segala kekeliruan yang sangat mungkin terjadi pada penulisan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan seluruh pembaca.

Jakarta, 17 Juli 2021

Sarah Luthfiyyah Anjani

1710111130

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I. 1. Latar Belakang	1
I. 2. Rumusan Masalah.....	6
I. 3. Tujuan Penelitian	6
I. 4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II. 1. Landasan Teori	7
II. 1. 1. Pemasaran	7
II. 1. 2. Strategi Pemasaran.....	7
II. 1. 3. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	8
II. 1. 4. Promosi	10
II. 1. 5. Harga.....	11
II. 1. 6. Keputusan Pembelian	12
II. 2. Hasil Penelitian Sebelumnya	15
II. 3. Model Penelitian Empirik	21

II. 3. 1. <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	21
II. 3. 2. Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	21
II. 3. 3. Harga Terhadap Keputusan Pembelian	22
II. 4. Hipotesis	22
 BAB III METODE PENELITIAN	23
III. 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
III. 1. 1. Definisi Operasional	23
III. 1. 2. Pengukuran Variabel	24
III. 2. Populasi dan Sampel	25
III. 2. 1. Populasi	25
III. 2. 2. Sampel	25
III. 3. Teknik Pengumpulan Data	26
III. 3. 1. Jenis Data	26
III. 3. 2. Sumber Data	26
III. 3. 3. Pengumpulan Data	27
III. 4. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	28
III. 4. 1. Teknik Analisis Data	28
III. 4. 2. Analisis Deskriptif	28
III. 4. 3. Analisis Inferensial	30
III. 4. 4. Uji Hipotesis	31
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
IV. 1. Deskripsi Objek Penelitian	33
IV. 1. 1. Profil Perusahaan Pizza Hut	33
IV. 1. 2. Visi dan Misi Perusahaan Pizza Hut	33
IV. 2. Deskripsi Data Penelitian	34
IV. 2. 1. Deskripsi Data dan Responden	34
IV. 2. 2. Analisis Data Deskriptif	35
IV. 3. Uji Hipotesis dan Analisis	39
IV. 3. 1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	39
IV. 3. 2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	43

IV. 3. 3. Uji Hipotesis.....	45
IV. 4 Pembahasan.....	46
IV. 4 .1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
IV. 4. 2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	47
IV. 4. 3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
IV. 5 Keterbatasan Penelitian.....	48
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	49
V. 1. Simpulan.....	49
V. 2. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Laporan Keuangan Pizza Hut Periode Sembilan Bulan yang Berakhir pada Tanggal 30 September.....	3
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	18
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	24
Tabel 4. Skala Likert.....	27
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen.....	27
Tabel 6. Peringkat Jawaban Kuesioner	28
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks.....	29
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	35
Tabel 11. Hasil Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
Tabel 12. Hasil Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	37
Tabel 13. Hasil Jawaban Responden Terhadap Promosi	38
Tabel 14. Hasil Jawaban Responden Terhadap Harga.....	38
Tabel 15. Hasil Nilai <i>Outer Loading Factor</i>	41
Tabel 16. Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	42
Tabel 17. Hasil Nilai <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	42
Tabel 18. Hasil Nilai <i>R Square</i>	43
Tabel 19. Hasil Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sektor yang terdampak Covid-19 menurut survey BPS.....	2
Gambar 2. Analisis Hasil Survei Dampak Covid 19 menurut BPS	3
Gambar 3. Peringkat TBI	4
Gambar 4. Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	13
Gambar 5. Model Penelitian	21
Gambar 6. Langkah Analisis PLS	31
Gambar 7. Nilai <i>Loading Factor</i> Melalui Diagram Jalur PLS.....	40
Gambar 8. <i>Inner Model</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	55
Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden	60
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden	70
Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif	71
Lampiran 5. Hasil <i>Output Outer Model PLS</i>	73
Lampiran 6. Hasil <i>Output Inner Model</i>	74
Lampiran 7. Hasil <i>Output Model PLS</i>	75
Lampiran 8. T-tabel.....	77
Lampiran 9. <i>Turnitin</i>	78