



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT
(Studi Kasus Kepada Konsumen Pizza Hut, Cinere)**

SKRIPSI

MUHAMMAD DAVIANDRI ARYA RIFQI 1410111134

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2019**



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Kepada Konsumen Pizza Hut, Cinere)**

SKRIPSI

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

MUHAMMAD DAVIANDRI ARYA RIFQI 1410111134

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2019**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Daviandri Arya Rifqi

NIM : 1410111135

Program Studi : Manajemen

Bila mana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan di proses sesuai dengan yang berlaku.

Jakarta, 05 Juli 2019

Yang menyatakan,



Muhammad Daviandri Arya Rifqi

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai citivas akademik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Daviandri Arya Rifqi
NIM : 1410111134
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian
Pizza Hut (Studi Pada Pizza Hut, Cinere)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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: 05 Juli 2019

Yang menyatakan,



Muhammad Daviandri Arya Rifqi

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT (Studi Kasus Kepada
Konsumen Pizza Hut, Cinere)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMMAD DAVIANDRI ARYA RIFQI 1410111134

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 05 Juli 2019
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Drs. Hariyanto Ridwan, MM
Ketua Penguji



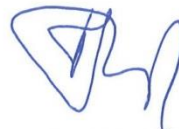
Dr. Miguna Astuti, S. Si, MM
Penguji I



Dr. Jubaedah, S.E., MM
Kepala Jurusan Manajemen



Lina Arivani, S.E., MM
Penguji II (Pembimbing)



Wahyudi, S.E., MM
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal :



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2018/2019

Hari ini Jumat, tanggal 05 Juli 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : MUHAMMAD DAVIANDRI ARYA RIFQI

No.Pokok Mahasiswa : 1410111134

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :
Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut (Studi Kasus
Kepada Konsumen Pizza Hut, Cinere)
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus.**

Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Hariyanto Ridwan, MM	Ketua	1.
2	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM	Anggota I	2.
3	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan

*) Cocok yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing



***The Influence of Price, Product Quality and Brand Image to Pizza Hut
Purchase Decision***

(Case Study For Consumers of Pizza Hut, Cinere)

By

Muhammad Daviandri Arya Rifqi

Abstract

This research is a quantitative study aimed at knowing the impact of prices, product quality and prices on Pizza Hut purchasing decisions. The population in this research is the consumer of Pizza Hut, Cinere located on Jalan Cinere Raya No. 88. Sample size taken as much as 40 people, with non probability sampling method in particular with data collection method purposive sampling. Data collection is done through the dissemination questionnaire. The analytical technique used is the method of analysis of PLS (Partial Least Square). The results of this study showed that (1) the price had a positive influence of 0.271 and insignificant. (2) Product quality has a positive effect of 0.342 and not significant. (3) Brand image has a positive influence of 0.289 and significant. Of these three variables can be seen that the product quality variables are more dominant in influencing purchasing decisions, those three variables have an effect of 60.0% on purchasing decisions, while the remaining 34.0% is influenced by Other variables.

Keyword : Price, Product Quality, Brand Image and Purchase Decision

**Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap
Keputusan Pembelian Pizza Hut
(Studi Kasus Kepada Konsumen Pizza Hut, Cinere)**

Oleh

Muhammad Daviandri Arya Rifqi

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Pizza Hut. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Pizza Hut, Cinere yang berlokasi di Jalan Cinere Raya no.88. ukuran sampel diambil sebanyak 40 orang, dengan metode *non probability sampling* khususnya dengan metode pengumpulan data *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) harga memiliki pengaruh positif sebesar 0,271 dan tidak signifikan. (2) kualitas produk memiliki pengaruh positif sebesar 0,342 dan tidak signifikan. (3) citra merek memiliki pengaruh positif 0,289 dan signifikan. Dari ketiga variabel tersebut dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk lebih dominan mempengaruhi keputusan pembelian, ketiga variabel tersebut berpengaruh sebesar 60,0% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 34,0% dipengaruhi oleh variabel lain.

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

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya sehingga usulan penelitian ini berhasil diselesaikan, Judul yang dipilih dalam usulan penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2019 adalah **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut (Studi Pada Konsumen Pizza Hut Cinere)”**. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Dr. Prasetyo Hadi, S.E.,M.M.CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, Bapak Wahyudi, S.E.,M.M selaku Ka Progdi S1 Manajemen, Ibu Lina Aryani, S.E.,M.M dan Ibu Dwi Siti Ciptaningsih, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat, serta ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada seluruh Dosen, Staff Admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan banyak bantuan dalam bentuk arahan serta bimbingan selama penelitian ini berjalan.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada kedua orang tua serta seluruh keluarga yang tiada henti nya memberikan peneliti semangat dan selalu mendoakan yang terbaik agar penelitian ini berhasil diselesaikan. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada teman-teman seperjuangan skripsi serta seluruh teman-teman S1 Manajemen 2014 dan 2015 yang peneliti tidak dapat sebutkan satu per satu tanpa mengurangi rasa hormat peneliti.

Kritik dan saran peneliti harapkan dan semoga usulan penelitian ini dapat bermanfaat.

Jakarta, 05 Juli 2019

Muhammad Daviandri Arya Rifqi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
BERITA ACARA	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.2 Perilaku Konsumen	7
2.1.3 Keputusan Pembelian	9
2.1.4 Harga	13
2.1.5 Kualitas Produk	15
2.1.6 Citra Merek	18
2.1.7 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.1.8 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.1.9 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.2 Model Penelitian Empirik	22
2.3 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
3.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	30
3.3.2 Uji Q Square	31
3.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	31
3.4.1 Teknik Analisis Data	31
3.4.2 <i>Partial Least Square</i>	33
3.4.3 Uji Hipotesis	34
3.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	35

3.5	Kerangka Model Penelitian	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	37
4.1.1	Sejarah Pizza Hut	37
4.1.2	Deskripsi Lokasi Penelitian	38
4.1.3	Deskripsi Data Penelitian	38
4.1.3.1	Deskripsi Data Responden	38
4.1.3.2	Analisis Data Deskriptif	41
4.1.4	Analisis Data dan Uji Hipotesis	46
4.1.4.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	46
4.1.4.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	52
4.2	Pembahasan	56
4.2.1	Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	56
4.2.2	Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	56
4.2.3	Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		58
5.1	simpulan	58
5.2	Keterbatasan Penelitian	59
5.3	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		60
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Unit Gerai di Indonesia Tahun 2011 – 2016	2
Tabel 2. TOP Brand Index Restoran <i>Fast Food</i> 2016 – 2018	3
Tabel 3. Pengukuran Variabel	25
Tabel 4. Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 5. Alat Pengumpulan Data	28
Tabel 6. Tingkat Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	31
Tabel 7. Peringkat Jawaban Kuesioner	32
Tabel 8. Interpretasi Nilai Presentase Responden	33
Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	38
Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Usia	39
Tabel 11. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	39
Tabel 12. Karakteristik Responden Menurut Status Pekerjaan	40
Tabel 13. Hasil Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	41
Tabel 14. Hasil Jawaban Responden Terhadap Harga	42
Tabel 15. Hasil Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk	43
Tabel 16. Hasil Jawaban Responden Terhadap Citra Merek	44
Tabel 17. <i>Outer Loading Factor</i>	48
Tabel 18. <i>Fornell-Lacker Criterium</i>	50
Tabel 19. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	51
Tabel 20. <i>Composite Reliability</i>	51
Tabel 21. <i>Cronbach's Alpha</i>	52
Tabel 22. Nilai <i>R Square</i>	53
Tabel 23. Hasil Uji T-Statistik	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perkembangan Restoran Menengah dan Besar di Indonesia	1
Gambar 2. Proses Keputusan Pembelian	10
Gambar 3. Kerangka Penelitian	22
Gambar 4. Langkah-Langkah Analisis <i>PLS</i>	34
Gambar 5. Kerangka Model Penelitian	36
Gambar 6. Nilai <i>Loading Factor Outer Model</i>	46
Gambar 7. <i>Outer Model</i> Setelah Re-Estimasi	47
Gambar 8. <i>Inner Model</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Penelitian Terdahulu
Lampiran 2	Matriks Penelitian
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian
Lampiran 4	Data Kuesioner 40 Responden
Lampiran 5	Deskripsi Data Responden
Lampiran 6	Deskripsi Data Deskriptif
Lampiran 7	Hasil <i>Output Outer</i> Model PLS
Lampiran 8	Hasil <i>Output Inner Smart</i> PLS
Lampiran 9	Hasil <i>Output Model Smart</i> PLS
Lampiran 10	T Tabel dan R Tabel
Lampiran 11	Surat Riset Pizza Hut, Cinere
Lampiran 12	Berita Acara Seminar Proposal Skripsi
Lampiran 13	Hasil Turinitin