



**PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MIE GACOAN**

SKRIPSI

MUHAMMAD RAYHAN RAMSYAHDIRA 2110111246

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA 2024**



**PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MIE GACOAN**

SKRIPSI

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

MUHAMMAD RAYHAN RAMSYAHDIRA 2110111246

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA 2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Rayhan Ramsyahdira

Nim : 2110111246

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

Jakarta, 06 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Rayhan Ramsyahdira

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Rayhan Ramsyahdira

NIM 2110111246

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

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 Skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Harga, *Brand image*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan**”. 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 : 3 Oktober 2024

Yang menyertakan,



Muhammad Rayhan Ramsyahdira

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

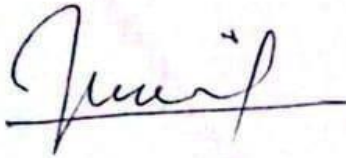
Muhammad Rayhan Ramsyahdira 2110111246

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 19 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Lina Aryani, S.E, M.M

Ketua Penguji



Dra. Pusporini, M.M

Penguji I



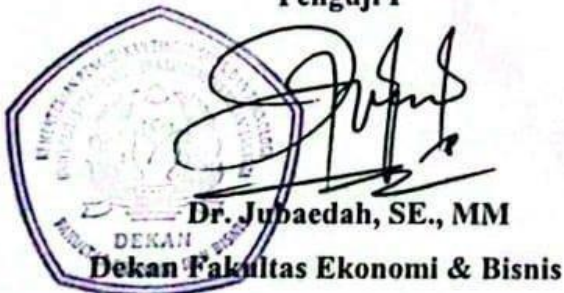
Dr. Maria Assumpta Wikantari. SS.MBA.CWM

Penguji II (Pembimbing)



Siti Hidayati, S.E.,M.M

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 19 Desember 2024

THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE, AND SERVICE QUALITY ON PURCHASING DECISIONS FOR MIE GACOAN

By: Muhammad Rayhan Ramsyahdira

ABSTRACT

The rapid growth of Mie Gacoan as a viral noodle brand is influenced by factors such as price, a strong brand image, and quality of service. The phenomenon of viral noodles, including Mie Gacoan, has become an intriguing topic among the public. This trend is driven by the popularity of social media, which accelerates the spread of culinary reviews, especially those focusing on food with unique appearances and appealing flavors. This study aims to examine the influence of price, brand image, and service quality on the purchasing decisions of Mie Gacoan. The study focuses on respondents who are consumers of Mie Gacoan at the Kelapa Dua, Depok branch. The method used in this research is quantitative, with data collected through Likert based questionnaires distributed to 100 respondents. The sampling technique used is purposive sampling, and data analysis is conducted using the Partial Least Square (PLS) method. The research findings indicate that price, brand image, and service quality significantly influence purchase decisions, with price being the most influential factor. The R^2 of the model reaches 44.6%, signifying the significant contribution of the three variables to purchase decisions. This study provides valuable insights for Mie Gacoan to strengthen its pricing strategy, brand image, and service quality.

Keywords: Brand image, Mie Gacoan, Purchasing Decisions, Price, Service Quality

PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN

Oleh Muhammad Rayhan Ramsyahdira

ABSTRAK

Pertumbuhan yang pesat Mie Gacoan sebagai bakmi viral yang dipengaruhi oleh faktor harga, citra merek yang kuat, serta kualitas pelayanan. Fenomena bakmi viral, termasuk Mie Gacoan, telah menjadi topik menarik di kalangan masyarakat. Tren ini didorong oleh popularitas media sosial yang mempercepat penyebaran ulasan kuliner, terutama yang berfokus pada makanan dengan tampilan unik dan rasa yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh harga, citra merek (*brand image*), dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan. Studi ini berfokus pada responden yang merupakan konsumen Mie Gacoan di cabang Kelapa Dua, Depok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Likert kepada 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan analisis data menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, *brand image*, dan kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, dengan harga sebagai faktor paling berpengaruh. R^2 model mencapai 44,6%, menandakan kontribusi signifikan ketiga variabel terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi Mie Gacoan untuk memperkuat strategi harga, citra merek, dan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan, Mie Gacoan



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 GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Kamis, tanggal 19 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Muhammad Rayhan Ramsyahdira**

No.Pokok Mahasiswa : **2110111246**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

PENGARUH HARGA, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lina Aryani, SE, MM	Ketua	1.
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Desember 2024

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun proposal skripsi yang berjudul "**Pengaruh Harga, Brand Image, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan**" sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Manajemen di FEB UPN "Veteran" Jakarta.

Dalam penyusunan proposal ini, penulis banyak menerima bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., selaku Dekan FEB UPN "Veteran" Jakarta.
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM., selaku Kepala Jurusan Manajemen FEB UPNVJ.
3. Ibu Siti Hidayati, SE, MM., selaku Kepala Program Studi Manajemen.
4. Ibu Dr. Maria Assumpta Wikantari. SS. MBA. CWM, selaku Dosen Pembimbing.
5. Orang tua penulis yang memberikan dukungan baik secara mental maupun finansial kepada penulis untuk menyusun proposal skripsi ini.
6. Teman-teman penulis yang memberikan bantuan serta saran dalam penyusunan proposal skripsi ini.
7. Kekasih penulis Dias Prima Laurenza, yang sudah memberikan support dan doa dalam penyusunan proposal akhir ini.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, serta bagi pengembangan di bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 30 September 2024

Muhammad Rayhan Ramsyahdira

DAFTAR ISI

PENGARUH HARGA, <i>BRAND IMAGE</i> , DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 Perilaku Konsumen	13
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.4 Harga	18
2.1.5 Brand image	20
2.1.6 Kualitas Pelayanan	23
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Model Penelitian.....	36

2.4	Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.1.1	Definisi Operasional Variabel.....	38
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	39
3.2	Populasi dan Sampel	40
3.2.1	Populasi.....	40
3.2.2	Sampel.....	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1	Jenis Data.....	42
3.3.2	Sumber Data.....	42
3.3.3	Pengumpulan Data.....	42
3.4	Teknik Analisis Data	44
3.4.1	Analisis Deskriptif.....	44
3.4.2	Analisis Inferensial.....	44
3.4.3	Uji Validitas.....	48
3.4.4	Uji Reliabilitas	48
3.4.5	Uji Koefisien Determinasi.....	49
3.4.6	Uji Q Square.....	49
3.4.7	Uji Hipotesis	49
BAB IV		52
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	52
4.2	Deskripsi Data Responden.....	52
4.2.1	Jenis Kelamin Responden	52
4.2.2	Usia Responden	53
4.2.3	Pekerjaan Responden	53
4.3	Deskripsi Data Deskriptif	54
4.3.1	Analisis Indeks tanggapan Responden Terhadap Harga.....	54
4.3.2	Analisis Indeks tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	55

4.3.3	Analisis Indeks tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	56
4.3.4	Analisis Indeks tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.4	Deskripsi Data Inferensial	58
4.4.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	58
4.4.2	Uji Validitas Konvergen dan AVE	59
4.4.3	Uji Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	60
4.4.4	Uji Reliabilitas	62
4.5	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	63
4.5.1	Coefficient of Determination (R ²).....	64
4.5.2	Effect Size.....	65
4.5.3	Path Coefficient.....	66
4.5.4	Q-Square.....	67
4.6	Pembahasan	68
4.6.1	Pengaruh Harga pada Keputusan Pembelian	68
4.6.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> pada Keputusan Pembelian	69
4.6.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Simpulan	73
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	74
5.3	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Pertumbuhan Mie Gacoan	3
Tabel 2. Harga Bakmi Viral Jakarta.....	4
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya terkait dengan Keputusan Pembelian	33
Tabel 4. Pengukuran Variabel	39
Tabel 5. Skala Likert	43
Tabel 6. Kisi – Kisi Instrumen Penelitian.....	43
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks Responden.....	44
Tabel 8. Uji Reliabilitas	48
Tabel 9. Usia Responden	53
Tabel 10. Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 11. Indeks Tanggapan Responden terhadap Harga	54
Tabel 12. Indeks Tanggapan Responden terhadap Brand Image.....	55
Tabel 13. Indeks Tanggapan Responden terhadap Kualitas pelayanan	56
Tabel 14. Indeks Tanggapan Responden pada Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 15. Nilai Uji Validitas dan AVE.....	59
Tabel 16. Nilai <i>Cross Loading</i>	60
Tabel 17. Nilai Uji Reliabilitas	62
Tabel 18. Nilai Coefficient of Determination (R ²)	64
Tabel 19. Nilai <i>Effect Size</i>	65
Tabel 20. Nilai <i>Path Coefficient</i>	66
Tabel 21. Nilai <i>Q-Square</i>	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data IMK Indonesia.....	1
Gambar 2 Penilaian Mie Gacoan Kelapa Dua Depok di Google	6
Gambar 3 Pendapat Masyarakat terhadap Kualitas pelayanan Mie Gacoan Kelapa Dua Depok.....	8
Gambar 4. Model Penelitian	36
Gambar 5. Inner Model.....	45
Gambar 6. Outer Model.....	46
Gambar 7. Konstruksi Diagram Jalur Penelitian.....	46
Gambar 8. Jenis Kelamin Responden	52
Gambar 9. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	58
Gambar 10. Hasil Pengujian Hipotesis.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Kuesioner	82
Lampiran 2. Data Kuesioner 159 Responden.....	87
Lampiran 3. Deskripsi Data Responden	109
Lampiran 4. Analisis Data Deskriptif	110
Lampiran 5. Hasil Data Penelitian	112