

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI WENDY'S CIBUBUR**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**MICHAEL AGUNG SETIAWAN
NIM: 2411907804**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI WENDY'S CIBUBUR**

Oleh:

Nama : Michael Agung Setiawan
NIM : 2411907804
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 28 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

M. Rifai Susanto, S.E., M.M.

Altatit Dianawati, S.Si., M.M.

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H.



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI WENDY'S CIBUBUR**

Oleh:

Nama : Michael Agung Setiawan
NIM : 241.19.07804
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
NIM : 2411907804
Tanggal : 28 Agustus 2023

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr (Cand) Eko Yuliawan SE, M.Si ()
Anggota I : Muhammad Aziz Winardi N, ST, MM ()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., M.M.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MICHAEL AGUNG SETIAWAN
NIM : 24.11.907804
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3216062405000027
Alamat : Griya Asri I Blok C.11 No. 20, RT 003/RW 030, Sumberjaya,
Tambun Selatan, Bekasi. 17510.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Wendy's Cibubur ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 28 Agustus 2023

MICHAEL AGUNG SETIAWAN

ABSTRAK

MICHAEL AGUNG SETIAWAN. NIM 24.11.907804. Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Wendy's Cibubur.

Seiring dengan perkembangan bisnis *Food and Beverage* yang saat ini sedang banyak diminati kalangan muda ataupun pengusaha, Banyaknya Perusahaan yang ikut dalam membangun usaha FnB bisa berupa restoran cepat saji, tempat kopi, dan sebagainya. Adapun permasalahan yang dihadapi seperti citra merek yang akan dibangun, harga pasaran yang sesuai dengan kompetitor, melakukan promosi yang baik untuk meningkatkan keputusan pembelian agar pelanggan tertarik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di Wendy's Cibubur. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 55 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Dari hasil kesimpulan yang diambil secara keseluruhan dari citra merek, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Wendy's Cibubur. Secara parsial citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Wendy's Cibubur. Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan pembelian di Wendy's Cibubur. Secara parsial promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan pembelian di Wendy's Cibubur.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

MICHAEL AGUNG SETIAWAN. NIM 24.11.907804. *The Influence of Brand Image, Price, and Promotion on Purchasing Decisions at Wendy's Cibubur.*

Along with the development of the Food and Beverage business which is currently in great demand among young people or entrepreneurs, the number of companies that participate in building F&B businesses can be in the form of fast food restaurants, coffee shops, and so on. The problems faced such as the brand image to be built, the market price in accordance with competitors, doing a good promotion to increase purchasing decisions so that customers are interested.

The purpose of this study was to determine the effect of brand image, price and promotion on purchasing decisions at Wendy's Cibubur. The type of research used is a research method in the form of data collection using a questionnaire. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. The sample selection was carried out by purposive sampling. The sample amounted to 55 respondents, using multiple linear regression analysis.

From the results of the conclusions drawn as a whole from brand image, price, and promotion have a significant effect on purchasing decisions at Wendy's Cibubur. Partially, brand image does not have a significant effect on purchasing decisions at Wendy's Cibubur. Partially, price has a significant effect on purchasing decisions at Wendy's Cibubur. Partially, promotion does not have a significant effect on purchasing decisions at Wendy's Cibubur.

Keywords: Brand Image, Price, Promotion, and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini tepat pada waktunya.

Penelitian dengan judul Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Wendy's Cibubur ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis menyadari adanya fenomena terkait perkembangan usaha di bidang F&B (*food and beverage*) atau pelayanan makanan dan minuman demi tercapainya kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian yang dilakukan. Keputusan pembelian dapat ditentukan berdasarkan harga, dan promosi yang ditawarkan pihak terkait. Oleh karena itu, diperlukan adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Dalam proses penulisannya, tentu penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, S.H. selaku Ketua Yayasan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus memajukan prodi manajemen hingga telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Dr (Cand) Eko Yuliawan, SE., M.Si Kepala Cabang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Jatiwaringin yang membimbing mahasiswa di Cabang Jatiwaringin.
5. Bapak M. Rifai Susanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang membimbing seluruh pengerjaan penelitian yang dibuat dengan baik.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
7. Ibu Putri Dinta Sitepu selaku *Manager Store* Wendy's Transmart Cibubur dan Bapak Jamilludin selaku *Assistant Manager Store* Transmart Cibubur.

8. Ibunda Marturia Banjarnahor Marbun tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi dengan baik.
9. Mellyana Afifah Nur'aini selaku teman dekat penulis yang menemani dalam proses penulisan skripsi.
10. Teman-teman yang telah bersama menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama beberapa waktu terakhir.
11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa proposal skripsi ini masih banyak kekurangan sehingga diperlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dari pembaca guna kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang.

Depok, 28 Agustus 2023
Penulis,

MICHAEL AGUNG SETIAWAN
NIM: 24.11.907804

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah.....	4
1.4 Perumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.7 Sistematika Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Restoran Cepat Saji	7
2.1.2 Pemasaran	7
2.1.2.1 Pemasaran	7
2.1.2.2 Strategi Pemasaran	8
2.1.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	10
2.1.3.1 Definisi Merek	10
2.1.3.2 Definisi Citra Merek.....	11
2.1.3.3 Membangun Citra Merek	12
2.1.4 Harga	13
2.1.5 Promosi	14
2.1.5.1 Definisi Promosi	14
2.1.5.2 Strategi Bauran Promosi	15
2.1.6 Keputusan Pembelian	16
2.1.6.1 Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Konseptual	20
2.4 Hipotesis.....	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3.2 Jenis Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Devisiensi Operasional Variabel	26
3.5.1 Variabel Bebas	26
3.5.2 Variabel Terikat.....	26
3.6 Teknik Analisis Data	27
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	27
3.6.2 Skala dan Angka Penafsiran	27
3.6.3 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	29
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	30
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	31
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Gambaran Umum Restoran Wendy's	32
4.1.2 Karakteristik Responden.....	33
4.1.3 Tanggapan Responden	34
4.1.4 Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas	40
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	42
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis	46
4.2 Pembahasan.....	50
4.2.1 Pembahasan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	50
4.2.2 Pembahasan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	51
4.2.3 Pembahasan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	51
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52
 DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 PDB Industri FnB (Q3/2020-Q3/2022).....	1
Tabel 1.2 Restoran Cepat Saji Yang Memberikan Pelayanan Terbaik Menurut Warga Indonesia (Januari 2023)	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	23
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 3.3 Skala Likert	28
Tabel 3.4 Skala Likert Pada Pernyataan Positif.....	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	33
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Variabel Citra Merek	34
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Variabel Harga	36
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Variabel Promosi	37
Tabel 4.5 tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Harga	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Promosi	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas	42
Tabel 4.11 Kesimpulan Signifikansi Uji t	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Penjualan Wendy's Cibubur 2023.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	21
Gambar 3.1 Hasil Rumus Slovin.....	42
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	43
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Grafik.....	44
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Glesjer.....	45
Gambar 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	45
Gambar 4.5 Hasil Uji Persamaan Regresi Berganda.....	46
Gambar 4.6 Hasil Uji F	47
Gambar 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48
Gambar 4.8 Hasil Uji t	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	56
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 3. Tabulasi Data	61
Lampiran 4. Hasil <i>Output</i> SPSS	62
Lampiran 5. Kartu Bimbingan.....	66
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	67
Lampiran 7. Tabel r, F, dan t	68
Lampiran 8. Hasil Dokumentasi Penelitian	71