

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN CITA RASA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA  
RICHEESE FACTORY GOLDEN CITY KOTA BEKASI**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**NURUL CAHYANI**

**202010325159**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Richeese Factory Golden City Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Nurul Cahyani

Nomor Pokok : 202010325159

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

  
Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN. 0329048302

  
Neng Siti Komariah, S.E., M.M

NIDN. 0327128105

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Dan Cita Rasa  
Terhadap Keputusan Pembelian Melalui  
Minat Beli Pada Richeese Factory Golden  
City Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Nurul Cahyani

Nomor Pokok : 202010325159

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni,  
B.Sc., MBA.  
NIDN. 0310036407

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Yavan Hendayana, S.E., M.M  
NIDN. 0318087101

Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., MM  
NIDN. 0329048302

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M  
NIDN. 0327037601

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak  
NIDN. 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Cahyani

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325159

Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 16 Agustus 2001

Alamat : Pondok Ungu Permai Sekator V Blok F2 No 59, RT 002, RW 023,  
Kel. Bahagia, Kec. Babelan, Kab. Bekasi Utara

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh *Brand Image* dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Richeese Factory Golden City Kota Bekasi. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasinya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 25 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Nurul Cahyani

202010325159

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Minat Beli dapat mempengaruhi *Brand Image* dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian pada Richeese Factory Golden City Kota Bekasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden dan terfokus pada konsumen Richeese Factory Golden City Kota Bekasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik Non-Probability sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan metode statistik dengan *software* SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat variabel yang saling berpengaruh dan juga yang tidak berpengaruh, seperti penjelasan singkat berikut ini: 1). *Brand Image* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2). *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, 3). Cita Rasa tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 4). Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, 5). Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 6). Minat Beli mampu memediasi secara penuh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian, 7). Minat Beli mampu memediasi secara penuh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci :** *Brand Image*, Cita Rasa, Minat Beli, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*This research aims to find out whether buying interest can influence brand image and taste on purchasing decisions at Richeese Factory Golden City, Bekasi City. The method used in this research is a quantitative method. The sample used was 100 respondents and focused on consumers of Richeese Factory Golden City, Bekasi City. The sampling technique uses a Non-Probability sampling technique. The data collection technique uses a questionnaire. Data analysis techniques use statistical methods with SmartPLS 4.0 software. The results of this research show that there are variables that influence each other and also those that do not, as in the following brief explanation: 1). Brand Image has a significant positive effect on Purchasing Decisions, 2). Brand Image has a positive and significant effect on Purchase Interest, 3). Taste has no positive and insignificant effect on purchasing decisions, 4). Taste has a positive and significant effect on Purchase Intention, 5). Purchase Interest has a positive and significant effect on Purchase Decisions, 6). Purchase Interest is able to fully mediate Brand Image on Purchase Decisions, 7). Purchase Interest is able to fully mediate Taste towards Purchase Decisions.*

**Keywords:** Brand Image, Taste, Purchase Interest, Purchase Decision



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Richeese Factory Golden City Kota Bekasi” dapat diselesaikan seperti yang telah direncanakan.

Saya sebagai peneliti, menyadari bahwa terselesaikan Skripsi ini tidak lepas dari do’a serta dukungan banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H, M.M., Ph.D.,D.Crim (HD) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., MM selaku Dosen Pembimbing I skripsi, penelitian ini dapat berproses menyelesaikan skripsi ini dengan lancar berkat bimbingan Ibu.
5. Ibu Neng Siti Komariah, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing II skripsi. Peneliti dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan lancar berkat bimbingan Ibu.
6. Ibu Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B. Sc, MBA selaku ketua penguji. Peneliti dapat berhasil menyelesaikan sidang skripsi ini dengan lancar.
7. Bapak Dr. Yayan Hendayana, S.E., M,M selaku sekretaris. Peneliti dapat berhasil menyelesaikan sidang skripsi ini dengan lancar.
8. Ibu Rycha Kuara Sari, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terimakasih telah mendukung dan memotivasi peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

9. Dosen dan seluruh Staff Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
10. Kedua orang tua Bapak, Ibu dan Kakak, serta keluarga yang selalu memberikan dukungan baik dalam do'a, motivasi maupun materi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat serta teman seperjuangan skripsi, Anna Wijayanti, Arya Bayu Sayeti, Kania Rifdah, Mohammad Fahrizal yang selalu saling mendukung dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat serta teman saya Dwi Putri Aprilia, Fadilah Kurniasih, Halimatusa'diah, Putri Mutiara, Salsabila Taqwaning Afifi, Resti Meliana Putri.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuannya kepada peneliti sampai terselesaikannya skripsi ini.

Jakarta, 22 Juni 2024



Nurul Cahyani

## DAFTAR ISI

|                                                              |             |
|--------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>                   | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                               | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                               | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                         | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                        | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                   | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                       | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                    | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                    | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                 | <b>xii</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                     | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                     | 7           |
| 1.3 Tujuan Masalah.....                                      | 8           |
| 1.4 Manfaat Masalah.....                                     | 8           |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....                              | 9           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                          | <b>13</b>   |
| 2.1 <i>Brand Image</i> .....                                 | 13          |
| 2.2 Cita Rasa .....                                          | 15          |
| 2.3 Keputusan Pembelian.....                                 | 19          |
| 2.4 Minat Beli .....                                         | 25          |
| 2.5 Telaah Empiris .....                                     | 27          |
| 2.6 Kerangka Pemikiran.....                                  | 36          |
| 2.7 Hipotesis .....                                          | 36          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                       | <b>41</b>   |
| 3.1 Desain Penelitian .....                                  | 41          |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....                                | 41          |
| 3.3 Jenis Sumber Data.....                                   | 43          |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran ..... | 44          |
| 3.5 Model Konseptual Penelitian .....                        | 47          |
| 3.6 Metodel Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....      | 48          |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                     | <b>52</b>   |

|                            |                              |           |
|----------------------------|------------------------------|-----------|
| 4.1                        | Gambaran Umum.....           | 52        |
| 4.2                        | Deskripsi Data.....          | 54        |
| 4.3                        | Hasil Analisis Data .....    | 59        |
| 4.4                        | Pembahasan.....              | 73        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>  |                              | <b>77</b> |
| 5.1                        | Kesimpulan .....             | 77        |
| 5.2                        | Keterbatasan Penelitian..... | 78        |
| 5.3                        | Saran .....                  | 79        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> |                              | <b>80</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                  |    |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Penghargaan yang diraih pada Richeese Factory.....                    | 4  |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....                                            | 27 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....                                            | 45 |
| Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert .....                                         | 47 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....                         | 55 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....                                  | 56 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....                             | 57 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....                   | 58 |
| Tabel 4. 5 Hasil Outer Model ( <i>Loading Factor</i> ).....                      | 61 |
| Tabel 4. 6 Hasil <i>Average Variance Validity</i> (AVE).....                     | 62 |
| Tabel 4. 7 Hasil <i>Cross Loading</i> .....                                      | 62 |
| Tabel 4. 8 Hasil <i>Composite Reability</i> .....                                | 64 |
| Tabel 4. 9 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> .....                                   | 64 |
| Tabel 4. 10 Hasil <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....                                | 65 |
| Tabel 4. 11 Hasil <i>F-Square</i> .....                                          | 66 |
| Tabel 4. 12 Hasil <i>Q-Square</i> .....                                          | 67 |
| Tabel 4. 13 Hasil <i>Path Coefficient</i> (Koefisien Jalur) .....                | 68 |
| Tabel 4. 14 Hasil Mediasi Bootstrapping ( <i>Spesific Indirect Effect</i> )..... | 70 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Alasan Konsumen Memilih <i>Fast Food</i> .....       | 2  |
| Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran .....                            | 34 |
| Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual .....                           | 48 |
| Gambar 4. 1 Logo Richeese Factory .....                         | 53 |
| Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....       | 55 |
| Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Usia .....                | 56 |
| Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....           | 57 |
| Gambar 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian ..... | 58 |
| Gambar 4. 6 Outer Model .....                                   | 60 |
| Gambar 4. 7 Inner Model .....                                   | 65 |



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Uji Plagiarisme
- Lampiran 2. Uji Referensi
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 5. Hasil Uji SmartPls 4.0
- Lampiran 6. Buku Bimbingan
- Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup

