

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SABANA
FRIED CHICKEN DI HARAPAN BARU BEKASI**

SKRIPSI

OLEH:

Rafli Syach Putra

202010325347



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga
dan Citra Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Sabana Fried Chicken di
Harapan Baru Bekasi

Nama Mahasiswa : Rafli Syach Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325347

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 7 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Dewi Sri Wulandari, P.G SE., M.Sc

NIDN. 0303017106



Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd

NIDN. 0306028501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga
dan Citra Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Sabana Fried Chicken di
Harapan Baru Bekasi

Nama Mahasiswa : Rafli Syach Putra

Nomor Pokok : 202010325347

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 7 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENGESAHKAN,

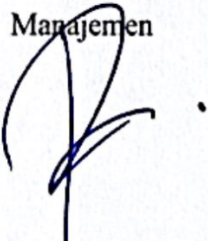
Ketua Tim Penguji : Agus Dharmanto, SE, MM
NIDN. 0305087310

Sekretaris Tim : Dr. Milda Handayani, SE, MM
NIDN. 0330087504

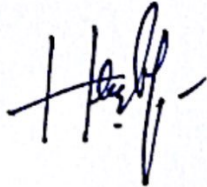
Penguji : Dr. Dewi Sri Wulandari, P.G SE., M.Sc
NIDN. 0303017106

MENGETAHUI

Ketua Program Studi
Manajemen


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

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rafli Syach Putra
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325347
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 23 November 2001
Alamat : Jl Rawa Bebek RT 04/RW 12 No. 83, Kota Baru, Bekasi Barat, Kota Bekasi.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabana Fried Chicken di Harapan Baru 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, 14 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan



Rafly Syach Putra

202010325347

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Sabana Fried Chicken di Harapan Baru. Dalam persaingan industri makanan cepat saji yang semakin ketat, memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian menjadi kunci keberhasilan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 150 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan dari variabel-variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini memberikan implikasi bagi manajemen Sabana Fried Chicken untuk terus meningkatkan kualitas produk, menetapkan harga yang kompetitif, dan membangun citra merek yang kuat guna mempertahankan daya saing dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, price perception, and brand image on the purchasing decisions of Sabana Fried Chicken products in Harapan Baru. In the increasingly competitive fast-food industry, understanding the factors influencing purchasing decisions is essential for success. This research employs a quantitative approach using a survey method, collecting data through questionnaires distributed to 150 respondents. Data analysis was conducted using multiple linear regression to determine the partial and simultaneous effects of the variables. The results indicate that product quality, price perception, and brand image have a positive and significant influence on purchasing decisions, both partially and simultaneously. These findings suggest that Sabana Fried Chicken's management should continuously enhance product quality, set competitive prices, and build a strong brand image to maintain competitiveness and increase customer loyalty.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Brand Image, Purchasing Decisions*



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik. Melalui proposal ini penulis meneliti bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian produk Sabana *Fried Chicken* di Harapan Baru Bekasi. Semoga proposal ini dapat berguna bagi peneliti, objek peneliti, pembacayang membaca penelitian ini dan khususnya untuk mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis guna menyempurnakan kembali penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti, serta bermanfaat untuk pembaca yang mencari referensi bahan bacaan.

Penulis menyadari dalam penyelesaian penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih, kepada:

1. Bapak Inspektur Jenderal Polisi (P) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu 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 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Ibu Murti Wijayanti, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik Kelas A06 Manajemen Angkatan 2020
5. Ibu Dr. Dewi Sri Woelandari P.G, SE., M.Sc selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd selaku dosen pembimbing II

yang selalu memberi bimbingan, dukungan, serta ilmu dalam penyelesaian proposal skripsi.

6. Bapak/Ibu Dosen beserta staff dilingkungan FEB UBJ, khususnya Program Studi Manajemen yang telah banyak membantu saya selama menempuh pendidikan S-1 ini.
7. Teristimewa kepada orang tua saya yaitu Bapak Abdul Holid, dan ibu Tati Herawati atas cinta dan kasih sayang, kesabaran dan dukungan yang selalu diberikan dan juga telah memberikan dukungan, motivasi, dan doa selama penyusunan skripsi.
8. Teman-teman saya yang telah memberikan dukungan, semangat serta perhatian kepada penulis.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya namun selalu memberikan doa dan dukungan selama ini.

Jakarta, 5 April 2024

Penulis

Rafli Syach Putra

NPM 202010325347



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Masalah	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.1 Definisi manajemen pemasaran	11
2.1.2 Fungsi manajemen pemasaran	11
2.1.3 Tujuan manajemen pemasaran	13
2.1.4 Strategi Pemasaran	14
2.2 Keputusan Pembelian	15
2.2.1 Definisi keputusan pembelian	15
2.2.2 Faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.....	16
2.2.3 Indikator keputusan pembelian	17
2.3 Kualitas Produk	18
2.3.1 Definisi Kualitas Produk	18
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	19
2.3.3 Indikator Kualitas Produk	21

2.4	Persepsi Harga	21
2.4.1	Definisi Persepsi Harga	21
2.4.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga	23
2.4.3	Indikator Persepsi Harga	24
2.5	Citra Merek	25
2.5.1	Definisi Citra Merek	25
2.5.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	26
2.5.3	Indikator Citra Merek	27
2.6	Penelitian Terdahulu	28
2.7	Kerangka Pemikiran	36
2.8	Hipotesis	36
2.8.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.8.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.8.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.8.4	Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		39
3.1	Desain Penelitian	39
3.1.1	Jenis Penelitian	39
3.1.2	Variabel Penelitian	39
3.1.3	Jenis Sumber Data	40
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	40
3.2.1	Waktu Penelitian	40
3.2.2	Tempat Penelitian	41
3.3	Populasi dan Sampel	41
3.3.1	Populasi	41
3.3.2	Sampel	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data	42
3.5	Skala Pengukuran	43
3.5.1	Skala Instrumen	43
3.5.2	Metode Pengumpulan Data	43

3.6	Metode Analisa Dan Pengujian Hipotesis	44
3.6.1	Teknik Analisa Data.....	44
3.6.2	Analisis Data Kuantitatif.....	45
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.6.5	Pengujian Hipotesis.....	49
3.7	Tahap Penelitian	50
3.8	Model Konseptual.....	51
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
4.1	Gambaran Umum Sabana Fried Chicken di Harapan Baru.....	53
4.2	Hasil Penelitian	54
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuesioner	54
4.2.2	Karakteristik responden	55
4.3	Hasil Analisis Data	56
4.3.1	Hasil Statistik Deskriptif	56
4.4	Hasil Uji Instrument	57
4.4.1	Uji Validitas	57
4.4.2	Uji Reabilitas.....	59
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	60
4.5.1	Uji Normalitas	60
4.5.2	Uji Multikolinearitas	61
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	62
4.6	Hasil Analisis Regresi	63
4.6.1	Regresi Linear Berganda	63
4.7	Hasil Uji Hipotesis.....	64
4.7.1	Uji T	64
4.7.2	Uji F	66
4.7.3	Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.8.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.8.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	68

4.8.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.8.4 Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian.....	69
BAB V.....	71
KESIMPULAN.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Implikasi Manajerial	72
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Fried Chicken	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	36
Tabel 3.2 Skala Likert	38
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	53
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4.9 Hasil Uji t	60
Tabel 4.10 Hasil Uji f	62
Tabel 4.11 Analisis Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian.....	47
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	59
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan.....	80
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan.....	81
Lampiran 4 Uji Plagiariseme.....	82
Lampiran 5 Uji Referensi Skripsi.....	83
Lampiran 6 Uji Referensi Skripsi.....	84
Lampiran 7 Uji Referensi Skripsi.....	85
Lampiran 8 Uji Referensi Skripsi.....	86
Lampiran 9 Uji Referensi Skripsi.....	87
Lampiran 10 Uji Referensi Skripsi.....	88
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup.....	89

