

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DI WARUNG AYAM
BAKAR CAK BODONG BEKASI TIMUR**

SKRIPSI

OLEH :

ADLI NANDA

202010325356



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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Ulang di Warung
Ayam Bakar Cak Bodong Bekasi Timur

Nama Mahasiswa : Adli Nanda

Nomor Pokok : 202010325356

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 26 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

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

NIDN. 0327037601

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

NIDN. 0303017106

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Ulang di Warung
Ayam Bakar Cak Bodong Bekasi Timur

Nama Mahasiswa : Adli Nanda

Nomor Pokok : 202010325356

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 26 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Jumawan, S.E., M.M
NIDN. 0305096802

Sekretaris Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN. 0325057908

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

MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Manajemen

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

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adli Nanda
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325356
Tempat, Tanggal Lahir : Solo, 18 Juni 2000
Alamat : Jl. M. Hasibuan No.57 RT.01/RW.24 Kel. Margahayu,
Kec. Bekasi Timur, Kota Bekasi, Jawa Barat. 17113.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Warung Ayam Bakar Cak Bodong Bekasi Timur. 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 mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 26 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Adli Nanda

202010325356

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang konsumen pada Warung Ayam Bakar Cak Bodong di Bekasi Timur. Latar belakang penelitian ini adalah fenomena persaingan yang ketat di antara berbagai warung makan ayam bakar di sekitar Perumahan Villa Taman Kartini, Bekasi Timur, serta inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Warung Ayam Bakar Cak Bodong. Sampel penelitian ini berjumlah 104 responden yang dipilih secara acak. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen (Brand Image dan Harga) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian Ulang).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Image memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Harga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Secara simultan, Brand Image dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemilik Warung Ayam Bakar Cak Bodong dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan keputusan pembelian ulang konsumen. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya terkait dengan pengaruh Brand Image dan Harga terhadap keputusan pembelian ulang.

Kata Kunci: Brand Image, Harga, Keputusan Pembelian Ulang, Warung Ayam Bakar, Bekasi Timur

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Brand Image and Price on Repeat Purchase Decisions of consumers at Warung Ayam Bakar Cak Bodong in East Bekasi. The background of this research is the intense competition among various grilled chicken eateries around Villa Taman Kartini Housing, East Bekasi, as well as the inconsistency of previous research results regarding the influence of Brand Image and Price on Repeat Purchase Decisions.

The research method used is quantitative with a survey approach. Data was collected through questionnaires distributed to consumers of Warung Ayam Bakar Cak Bodong. The sample size of this study is 104 respondents selected randomly. Data analysis was conducted using multiple linear regression to test the influence of independent variables (Brand Image and Price) on the dependent variable (Repeat Purchase Decision).

The results of the study show that Brand Image has a positive and significant effect on Repeat Purchase Decision. Price also has a proven positive and significant effect on Repeat Purchase Decision. Simultaneously, Brand Image and Price have a significant influence on consumers' Repeat Purchase Decision. This research is expected to provide input for the owner of Warung Ayam Bakar Cak Bodong in determining effective marketing strategies to increase consumer repeat purchase decisions. Additionally, this research is also expected to contribute to the development of knowledge in the field of marketing, especially related to the influence of Brand Image and Price on repeat purchase decisions.

Keywords: *Brand Image, Price, Repeat Purchase Decision, Grilled Chicken Eatery, East Bekasi.*

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 Beban Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Warung Ayam Bakar Cak Bodong. Semoga proposal ini dapat berguna bagi peneliti, objek peneliti, pembaca yang 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. Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Murti Wijayanti, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik Kelas A06 Manajemen Angkatan 2020

5. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Dewi Sri Woelandari Pantjolo Giningroem, S.E., M.Sc 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 Winarto, dan ibu Tatik Hidayatik atas cinta dan kasih sayang, kesabaran dan dukungan yang selalu diberikan dan juga telah memberikan dukungan, motivasi, dan doa selama penyusunan skripsi.
8. Sahabat saya, Dilla Agista Ningrum., S.M yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu saya dalam mengerjakan skripsi.
9. Teman-teman saya yang telah memberikan dukungan, semangat serta perhatian kepada penulis.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya namun selalu memberikan doa dan dukungan selama ini.

Jakarta, 22 Juni 2024

Penulis



Adli Nanda

NPM 202010325356

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Batasan Masalah	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Telaah Teoritis	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Keputusan pembelian ulang.....	17
2.1.3 <i>Brand Image</i>	20
2.1.4 Harga	24
2.2 Telaah Empiris.....	27
2.3 Kerangka Berpikir	33
2.4 Hipotesis	34
2.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan pembelian ulang.....	34
2.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian ulang.....	35
2.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.1.1 Jenis Penelitian	36
3.1.2 Variabel Penelitian.....	36
3.1.3 Jenis Sumber Data	37

3.2	Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
3.2.1	Waktu Penelitian.....	37
3.2.2	Tempat Penelitian	37
3.3	Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1	Populasi.....	38
3.3.2	Sampel	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data	38
3.5	Skala Pengukuran	39
3.5.1	Skala Instrumen	39
3.5.2	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.6	Metode Analisa Dan Pengujian Hipotesis	41
3.6.1	Teknik Analisa Data	41
3.6.2	Analisis Data Kuantitatif	41
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.6.5	Pengujian Hipotesis	45
3.7	Tahap Penelitian	46
3.8	Model Konseptual.....	47
BAB IV PEMBAHASAN.....		48
4.1	Gambaran Umum Warung Ayam Bakar Cak Bodong	48
4.1.1	Sejarah Singkat Warung Ayam Bakar Cak Bodong.....	48
4.1.2	Visi dan Misi Warung Ayam Bakar Cak Bodong	49
4.2	Hasil Penelitian.....	49
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	49
4.2.2	Karakteristik Responden.....	50
4.3	Uji Instrument.....	52
4.3.1	Uji Validitas	52
4.3.2	Uji Reabilitas	54
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
4.4.1	Uji Normalitas.....	54

4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	56
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.5 Hasil Uji Analisis Data.....	57
4.5.1 Uji Regresi Linear Berganda	57
4.5.2 Uji T	59
4.5.3 Uji Simultan f.....	60
4.5.4 Analisa Koefesien Determinasi (Adjusted R ²)	60
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	61
4.6.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang	61
4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	62
4.6.3 Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	63
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Implikasi Manajerial.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Range Harga Di Warung Ayam yang Berbeda	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	37
Tabel 3.2 Skala Likert	39
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	50
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas.....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.9 Hasil Uji t	59
Tabel 4.10 Hasil Uji f.....	60
Tabel 4.11 Analisis Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Persentase Alasan Keputusan Pembelian Ulang.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	47
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	5

