

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Pada Konsumen Sabana *Fried Chicken* Di Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

Oleh:

Hazza Hibatullah

202110325090



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen dan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sabana Fried Chicken Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Nama Mahasiswa : Hazza Hibatullah

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325090

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 1 Agustus 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA

Dr. Dovina Niyanti, S.T., M.M

NIDN: 0326126102

NIDN: 0327037601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen dan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sabana Fried Chicken Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Nama Mahasiswa : Hazza Hibatullah

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325090

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 1 Agustus 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd, M.M

NIDN: 0329048302

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Widi Winarso, S.E, M.M

NIDN: 03190677606

Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA

NIDN: 0326126102

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 di bawah ini :

Nama : Hazza Hibatullah
Nomer Pokok Mahasiswa : 202110325090
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 7 Desember 2003
Alamat : Alinda Kencana permai Blok D.3/No.5
Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Fried Chicken Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”** adalah karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan 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, 1 Agustus 2025

Yang Membuat pernyataan



Hazza Hibatullah

NPM 202110325090

ABSTRAK

Hazza Hibatullah. 202110325090. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sabana *Fried Chicken* Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Tujuan dari penelitian ini untuk menyelidiki Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Metode penelitian yang digunakan metode penelitian kuantitatif, dengan jenis dan sumber data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner. Populasi dan sampel penelitian ini adalah responden yang pernah membeli atau mengkonsumsi Sabana *Fried Chicken*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling* sehingga menghasilkan sebanyak 170 sampel data yang telah memenuhi kriteria. Metode Analisis yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji *outer model*, uji *inner model*, serta uji hipotesis. Hasil dari penelitian:1) Citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen;2) Citra Merek berpengaruh terhadap minat beli;3) Kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen;4) Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli;5) Minat beli berpengaruh terhadap kepuasan konsumen;6) Citra Merek berpengaruh terhadap Minat beli melalui Kepuasan Konsumen;7) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli melalui Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli, Kepuasan Konsumen, Sabana *Fried Chicken*

ABSTRACT

Hazza Hibatullah. 202110325090. *The Effect of Brand Image and Product Quality on Consumer Purchase Interest and Consumer Satisfaction as Intervening Variables (Study on Sabana Fried Chicken Consumers at Bhayangkara University, Greater Jakarta).*

The purpose of this study was to investigate the effect of brand image and product quality on consumer buying interest and consumer satisfaction as an intervening variable. The research method used is quantitative research method, with the type and source of primary data obtained from distributing questionnaires. The population and sample of this study were respondents who had bought or consumed Sabana Fried Chicken. The sampling technique used was purposive sampling technique, resulting in 170 data samples that met the criteria. The analysis method used is descriptive statistical test, outer model test, inner model test, and hypothesis testing. The results of this study indicate including: 1) Brand image affects customer satisfaction; 2) Brand image affects purchase intention; 3) Product quality affects consumer satisfaction; 4) Product quality has no effect on purchase intention; 5) Purchase intention affects customer satisfaction; 6) Brand image affects purchase intention through customer satisfaction; 7) Product quality affects purchase intention through customer satisfaction.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Intention, Customer Satisfaction, Sabana Fried Chicken

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan rahmat serta ridha Allah SWT, saya panjatkan banyak puji syukur atas kehadiratnya, yang telah melimpahkan rahmat, petunjuk dan juga karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul “ **Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen dan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sabana Fried Chicken di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).** “

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini untuk memenuhi persyaratan salah satu program Strata 1 untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Tak lupa penulis ucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan dan juga arahan selama perkuliahan.
5. Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, S.S.M.B.A selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan dukungan dan arahan dalam penelitian ini.

6. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dukungan serta arahan dalam penelitian ini.
7. Seluruh Dosen serta staf Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Teruntuk kedua orang tua Bapak Soleh Sopandi dan Ibu Ferry Ernawati yang selalu ada setiap waktu, yang memberikan kasih sayang, *support* bagi penulis, dan doa-doa tulus yang memudahkan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teruntuk Indah Khairudzanah sebagai pasangan, terima kasih karena telah menemani dan membantu penulis pada penulisan ini.
10. Terima kasih untuk seluruh teman-teman yang telah menemani dan membantu dalam penulisan ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitiannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat mengembang demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih. Semoga penulisan ini mampu bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 1 Agustus 2025

Hazza Hibatullah

202110325090

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
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 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1 Citra Merek.....	12
2.1.1 Pengertian Citra Merek.....	12
2.1.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Citra merek.....	13
2.1.3 Indikator-indikator Citra Merek.....	15
2.2 Kualitas Produk	17
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	17
2.2.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Kualitas Produk.....	18
2.2.3 Indikator Kualitas Produk.....	20
2.3 Minat Beli.....	21
2.3.1 Pengertian Minat Beli	21
2.3.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Beli.....	22

2.3.3 Indikator Minat Beli	24
2.4 Kepuasan Konsumen	25
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	25
2.4.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen	26
2.4.3 Indikator Kepuasan Konsumen	28
2.5 Telaah Empiris	29
2.6 Kerangka Konseptual	34
2.7 Hipotesis	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian	38
3.2 Tahapan Penelitian	39
3.2.1 Tahap perencanaan	39
3.2.2 Tahap Pelaksanaan	39
3.2.3 Tahap Analisis data	40
3.2.4 Tahap Penulisan	40
3.3 Model Konseptual Penelitian	40
3.4 Operasional Variabel	41
3.4.1 Pengertian Variabel	42
3.5 Model Penelitian Pengambilan Populasi dan Sampel	44
3.5.1 Populasi Penelitian	44
3.5.2 Sampel Penelitian	46
3.6 Metode Pengumpulan Data	47
3.6.1 Jenis Data	47
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.3 Teknik Pengukuran	48
3.7 Metode Analisis Data	49
3.7.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	50
3.7.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	52
3.7.3 Rancangan Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Analis Penelitian	59
4.1.1 Profil <i>Brand</i>	59

4.1.2 Sejarah Singkat	61
4.1.3 Visi Misi Perusahaan	62
4.2 Deskripsi Data (Analisis Deskriptif)	62
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuisioner	62
4.2.2 Identitas Responden	63
4.2.3 Uji Statistik Deskriptif	66
4.3 Hasil Analisis Data	68
4.3.1. Skema Model Partial Least Square.....	68
4.3.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	69
4.3.2 Uji Inner Model	72
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis (<i>Boostrapping</i>)	73
4.3.4 Uji Analisis <i>Intervening</i>	74
4.4 Hasil Penelitian.....	77
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	77
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	78
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	78
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	79
4.4.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli	80
4.4.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli melalui Kepuasan Konsumen	81
4.4.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli melalui Kepuasan Konsumen	82
BAB V PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Keterbatasan Penelitian	86
5.3 Saran	87
5.3.1 Saran Manajerial	87
5.3.2 Saran Penelitian Selanjutnya	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 2 Jumlah Mahasiswa S1 Aktif Universitas Bhayangkara Jakarta Raya	45
Tabel 3. 3 Skala Likert	49
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Fakultas	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Angkatan.....	65
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	66
Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif 1	66
Tabel 4. 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif 2	67
Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif 3	67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Statistik Deskriptif 4	68
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas atau Nilai Outer Loadings.....	70
Tabel 4. 10 Nilai AVE	70
Tabel 4. 11 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji R-Square	72
Tabel 4. 13 Uji Hipotesis (Path Coefficients)	74
Tabel 4. 14 Analisis Intervening	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Sabana Fried Chicken tahun 2024	5
Gambar 1. 2 Alasan membeli fast food.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 3. 1 Model Konseptual	41
Gambar 4. 1 Logo Sabana <i>Fried Chicken</i>	59
Gambar 4. 2 <i>Outer Model</i>	69
Gambar 4. 3 <i>Inner Model</i>	72
Gambar 4. 4 Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme Skripsi

Lampiran 2 : Uji Referensi Skripsi

Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 : Tabulasi Data

Lampiran 5 : Hasil Uji SmartPLS

Lampiran 6 : Buku Bimbingan

Lampiran 7 : Riwayat Hidup

