

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, PENETAPAN HARGA, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN
CEPAT SAJI KFC (*KENTUCKY FRIED CHICKEN*) DI KOTA
SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

DESY WINDI PRAWITA
19012010104/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR

2023

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, PENETAPAN HARGA, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN
CEPAT SAJI KFC (*KENTUCKY FRIED CHICKEN*) DI KOTA
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

**DESY WINDI PRAWITA
19012010104/FEB/EM**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, PENETAPAN HARGA, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN
CEPAT SAJI KFC (*KENTUCKY FRIED CHICKEN*) DI KOTA
SURABAYA**

Disusun Oleh:

DESY WINDI PRAWITA
19012010104/FEB/EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 18 Agustus 2023**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si.
NIP. 196508141991032001

Drs. Ec. Supriyono, S.E., M.M.
NIP. 196106261988031001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196304201991032001

23 AUG 2023



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Desy Windi Prawita
NPM : 19012010104
NIK : 3578074712000003
Tempat / Tanggal Lahir : Jombang / 7 Desember 2000
Alamat : Jalan Jagalan 8A No. 5D
Judul Artikel : The Influence of Product Difference, Price Determination,
and Brand Image on the Purchase Decision of KFC Fast
Food (Kentucky Fried Chicken) in Surabaya City

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 18 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Desy Windi Prawita

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Diferensiasi Produk, Penetapan Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji KFC (*Kentucky Fried Chicken*) Di Kota Surabaya**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Dengan terselesaikannya skripsi ini, maka penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M. M.T., selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Muhadjir Anwar, M.M., CRP, selaku Ketua Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Dra. Nurjanti Takarini, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.
5. Drs. Ec. Supriyono, S.E., M.M. dan Wilma Cordelia Izaak, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan serta

bimbingan dalam proses penyusunan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan banar.

6. Kedua orang tua, yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi, sehingga dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
7. Teman-teman tercinta, yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyusun skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis membutuhkan kritik dan saran agar kedepannya dapat menyusun skripsi lebih baik lagi.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, mohon maaf apabila terdapat kekurangan, baik dalam hal penulisan maupun isi skripsi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

Surabaya, 5 Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Tinjauan Teori.....	19
2.2.1 Pemasaran.....	19
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	19
2.2.2 Diferensiasi Produk	21
2.2.2.1 Pengertian Diferensiasi Produk	21
2.2.2.2 Tujuan Diferensiasi Produk	22
2.2.2.3 Jenis Strategi Diferensiasi Produk	22
2.2.2.4 Indikator Diferensiasi Produk.....	24
2.2.3 Penetapan Harga.....	26
2.2.3.1 Pengertian Penetapan Harga	26
2.2.3.2 Tujuan Penetapan Harga	28
2.2.3.3 Strategi Penetapan Harga.....	29

2.2.3.4 Metode Penetapan Harga	30
2.2.3.5 Indikator Penetapan Harga.....	33
2.2.4 Citra Merek.....	34
2.2.4.1 Pengertian Citra Merek	34
2.2.4.2 Unsur Citra Merek	35
2.2.4.3 Indikator Citra Merek	36
2.2.5 Keputusan Pembelian	37
2.2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	37
2.2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	38
2.2.5.3 Struktur Keputusan Pembelian	39
2.2.5.4 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	40
2.2.5.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	41
2.3 Hubungan Antar Variabel	42
2.3.1 Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	42
2.3.2 Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
2.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	45
2.4 Kerangka Konseptual	47
2.5 Hipotesis.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel.....	48
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	48
3.1.2 Definisi Pengukuran Variabel	51
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	52
3.2.1 Populasi	52
3.2.2 Sampel	52

3.2.3 Teknik Sampling	53
3.3 Teknik Pengumpulan Data	54
3.3.1 Jenis Data	54
3.3.2 Sumber Data	55
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	55
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
3.4.1 Uji Validitas	55
3.4.2 Uji Reliabilitas	56
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	56
3.5.1 Teknik Analisis	56
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Indikator Formatif	57
3.5.2.1 Model Indikator Reflektif	57
3.5.2.2 Model Indikator Fomatif	58
3.5.3 Cara Kerja PLS	59
3.5.4 Model Spesifikasi PLS	60
3.5.5 Langkah-langkah PLS	61
3.5.6 Asumsi PLS	67
3.5.7 Ukuran Sampel	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	69
4.1.1 Profil Perusahaan KFC (<i>Kentucky Fried Chicken</i>)	69
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	71
4.2.1 Karakteristik Responden	71
4.2.2 Deskripsi Variabel Diferensiasi Produk (X1)	73
4.2.3 Deskripsi Variabel Penetapan Harga (X2)	76

4.2.4 Deskripsi Variabel Citra Merek (X3)	78
4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	80
4.3 Analisa dan Pengujian Hipotesis.....	82
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier	82
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	83
4.3.2.1 Outer Model.....	83
4.3.2.2 Inner Model.....	91
4.4 Pembahasan.....	94
4.4.1 Pengaruh Diferensiasi Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	94
4.4.2 Pengaruh Penetapan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)....	95
4.4.3 Pengaruh Citra Merek (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik Restoran <i>Fast Food</i> di Indonesia	3
Gambar 1.2 Daftar Restoran Cepat Saji Terpopuler Favorit Anak Muda Tahun 2022	5
Gambar 1.3 Restoran Cepat Saji Pilihan Masyarakat	6
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	41
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	47
Gambar 3.1 Model Indikator Reflektif	58
Gambar 3.2 Model Indikator Formatif	59
Gambar 3.3 Model Diagram Jalur	62
Gambar 4.1 Jaringan KFC Indonesia	70
Gambar 4.2 <i>Outer Model</i> dengan <i>Factor Loading, Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i>	83
Gambar 4.3 <i>Inner Model</i> dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i>	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Restoran Cepat Saji Tahun 2018-2023	2
Tabel 1.2 Data Kuesioner Pra Survey Konsumen KFC	9
Tabel 3.1 Skala Likert	52
Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden	
Variabel Diferensiasi Produk (X1)	73
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden	
Variabel Penetapan Harga (X2)	76
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden	
Variabel Citra Merek (X3)	78
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden	
Variabel Keputusan Pembelian (Y)	80
Tabel 4.7 Uji Outlier	82
Tabel 4.8 <i>Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)</i>	85
Tabel 4.9 <i>Cross Loading</i>	87
Tabel 4.10 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	88
Tabel 4.11 <i>Composite Reliability</i>	89
Tabel 4.12 <i>Latent Variable Correlations</i>	90
Tabel 4.13 <i>R-square</i>	91
Tabel 4.14 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	93

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, PENETAPAN HARGA, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN
CEPAT SAJI KFC (*KENTUCKY FRIED CHICKEN*) DI KOTA
SURABAYA**

OLEH:

DESY WINDI PRAWITA
19012010104/FEB/EM

ABSTRAK

Perkembangan zaman yang semakin modern dan terus maju, mendorong masyarakat untuk lebih berfikir secara praktis dan instan yang dapat mempengaruhi pola hidup atau gaya hidup (*lifestyle*) yang terjadi pada masyarakat. Tidak dipungkiri bahwa saat ini, sebagian besar masyarakat di Indonesia lebih memilih untuk melakukan segala aktivitas secara instan dan cepat. Salah satu bukti nyata keinginan masyarakat untuk hidup praktis dan instan adalah dengan memilih untuk membeli makanan *fast food* daripada memasak sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh diferensiasi produk, penetapan harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji KFC (*Kentucky Fried Chicken*) di Kota Surabaya.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian dan mengonsumsi makanan cepat saji KFC di Kota Surabaya. Sampel yang digunakan sebanyak 108 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau skala *Likert* dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Jenis data penelitian ini menggunakan data kuantitatif serta data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Teknik analisis data menggunakan PLS dengan uji validitas, uji reabilitas, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel diferensiasi produk, penetapan harga, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci: Diferensiasi Produk; Penetapan Harga; Citra Merek; dan Keputusan Pembelian