

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
RICHEESE FACTORY DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan oleh :

ARDIANSYAH PUTRA

20012010193/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
RICHEESE FACTORY DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Diajukan oleh :

ARDIANSYAH PUTRA

20012010193/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2024

SKRIPSI
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RICHEESE
FACTORY DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

ARDIANSYAH PUTRA
20012010193/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 : 04 Juli 2024**

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



Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.
NIP. 196901132021212003

Pembimbing Utama



Ugy Soebiantoro, S.E., M.M.
NIP. 196708182021211001

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



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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ardiansyah Putra
N P M : 20012010193
N I K : 3515061811010001
Tempat / Tgl Lahir : Rembang, 18 November 2001
Alamat Rumah : Perumtas III Blok F3/32, Grabagan, Tulangan, Sidoarjo
Judul Artikel : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Richeese Factory di Surabaya

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil pemikiran saya sendiri dan bukan dari saduran / terjemahan / plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme, maka saya bersedia apabila kelulusan dan gelar akademik yang sudah saya raih dibatalkan.

Surabaya, 04 Juli 2024

Yang menyatakan,



Ardiansyah Putra
NPM. 20012010193

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha pengasih lagi Maha penyayang, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory di Surabaya”**. Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menempuh Program Strata 1 guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis banyak sekali mendapatkan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih dengan tulus kepada:

1. Allah SWT atas berkat dan rahmatnya proposal penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. CRP., selaku Dosen Wali serta Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Bapak Ugy Soebiantoro, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang sudah memberikan bimbingan, motivasi, dan waktunya dalam penyusunan penelitian ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran berharga selama penulis menjalani perkuliahan.
7. Bapak Mashadi, Ibu Lismiasih, dan Adik Avril Lavindi Cahayani yang selalu memberi motivasi untuk selalu gigih dan pantang menyerah, terima kasih atas doa dan dukungannya baik dalam segi moril dan materil yang telah diberikan dan menjadi sumber inspirasi selama penulis menempuh bangku perkuliahan.
8. Ariyani Dewi Safitri, partner dalam segala hal, individu hangat dan istimewa, yang sedari awal hingga akhir penyusunan penelitian senantiasa menemani, membantu dan memberikan dukungan tanpa henti. Terima kasih atas dorongan semangat yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan penelitian ini.
9. Teman-teman penulis yang senantiasa membantu dan memberi dorongan serta motivasi kepada penulis agar dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Kepada penulis sendiri karena telah berjuang dari awal perkuliahan hingga tersusunnya penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini memiliki banyak sekali kekurangan. Penulis terbuka dan menerima setiap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca, khususnya bagi mahasiswa/I Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Surabaya, 04 Juli 2024

Ardiansyah Putra

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Manajemen pemasaran.....	15
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.2.3 Kualitas Produk.....	15
2.2.3.1 Indikator Kualitas Produk.....	16
2.2.4 Persepsi Harga.....	17
2.2.4.1 Indikator Persepsi Harga.....	18
2.2.5 Citra Merek.....	19
2.2.5.1 Indikator Citra Merek.....	19
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	20
2.2.6.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	22
2.4 Kerangka Konseptual.....	24
2.5 Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
3.1.1 Pengukuran Variabel.....	28
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	29
3.2.1. Populasi.....	29
3.2.2. Sampel.....	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30

3.4 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	32
3.4.1 Metode Analisis Data.....	32
3.4.2 Kegunaan Metode PLS.....	33
3.4.3 Cara Kerja PLS.....	33
3.4.4 Langkah-Langkah PLS.....	34
3.4.5 Asumsi PLS.....	39
3.4.6 Ukuran Sampel.....	40
3.4.7 Uji Validitas dan Reabilitas.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	43
4.2.2 Deskripsi Variabel.....	45
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data.....	55
4.3.1 Interpretasi Hasil Olah Data PLS.....	55
4.4 Pembahasan.....	64
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	66
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Restoran cepat saji terpopuler di Indonesia.....	2
Gambar 2. Brand restoran cepat saji di Indonesia.....	3
Gambar 3. Responden Richeese Factory di wilayah Surabaya	6
Gambar 4. Responden Richeese Factory di wilayah Surabaya.....	6
Gambar 5. Responden Richeese Factory di wilayah Surabaya	7
Gambar 6. Logo Richeese Factory	42
Gambar 7. Produk Makanan Cepat Saji Richeese Factory	42
Gambar 8. Outer Model	61
Gambar 9. Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstrapping	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Restoran cepat saji terpopuler di Indonesia	3
Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk (X1) .	45
Tabel 5. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga (X2) ...	48
Tabel 6. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek (X3)	50
Tabel 7. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 8. Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values).....	55
Tabel 9. Cross Loading	57
Tabel 10. Average Variance Extracted (AVE).....	58
Tabel 11. Composite Reliability	59
Tabel 12. Latent Variable Correlations	59
Tabel 13. R-Square.....	62
Tabel 14. Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	62

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa pengaruh dari kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen dalam mengkonsumsi produk makanan cepat saji Richeese Factory di Surabaya. Penelitian ini menggunakan perangkat lunak Partial Least Square (PLS) sebagai media untuk menganalisa data sedangkan metode penelitian yang dipilih adalah metode kuantitatif. Total sampel yang digunakan sejumlah 102 responden yang didapatkan dengan metode non probability sampling dan dengan pendekatan purposive sampling. Kuesioner disajikan dan disebar pada responden sebagai media untuk mengumpulkan data penelitian. Hasil studi dari penelitian ini memaparkan bahwa semakin baik kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek, maka dapat menimbulkan keyakinan yang semakin baik juga dalam benak konsumen untuk memutuskan pembelian produk makanan cepat saji Richeese Factory.

Kata Kunci: *Citra Merek; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian; Persepsi Harga*