

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KONSUMEN MCDONALD'S
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

MUHAMMAD RYAN SYAHPUTRA

NPM. 21042010182

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2025

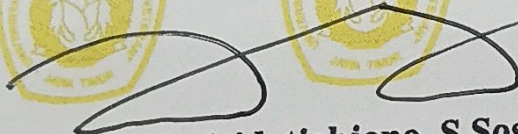
LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KONSUMEN MCDONALD'S
DI KOTA SURABAYA

Disusun Oleh :

MUHAMMAD RYAN SYAHPUTRA
21042010182

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi
Menyetujui,

Pembimbing Utama


Dr. Jojok Dwiridotjahiono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NPT. 196804182021211006

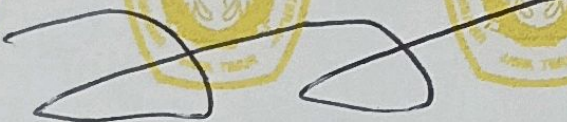
LEMBAR PENGESAHAN

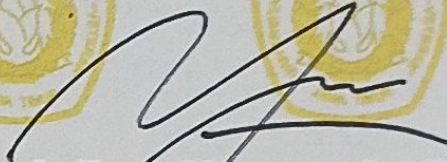
Judul Penelitian : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada Konsumen McDonald's di Kota Surabaya
Nama Mahasiswa : Muhammad Ryan Syahputra
NPM : 21042010182
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

PEMBIMBING UTAMA,

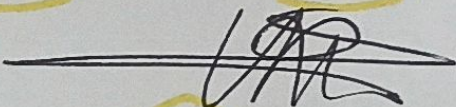
**Menyetujui,
TIM PENGUJI**

1. Ketua


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

2. Sekretaris


Dr. Nurhadi., M.Si
NIP. 196902011994031001

3. Anggota


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik**


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ryan Syahputra
NPM : 21042010182
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya Dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 7 November 2025
Yang membuat pernyataan



Nama Muhammad Ryan Syahputra
NPM. 21042010182

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada Konsumen McDonald’s di Kota Surabaya.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing utama, atas kesediaannya meluangkan waktu serta memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan moril selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, masukan, serta dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan skripsi ini, di antaranya:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos, M.A, M.M selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua penulis, dan seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, motivasi, semangat dan dukungan terbaik kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Seluruh teman-teman dan sahabat penulis yang telah mencurahkan segenap hati, pikiran serta semua dukungan yang terbaik untuk kebaikan dan kebahagiaan penulis selama penulisan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun penyempurnaan skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik menjadi sumber pengetahuan maupun referensi bagi seluruh pihak yang terlibat.

Surabaya, November 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
1.1 Penelitian Terdahulu	15
1.2 Landasan Teori.....	19
1.2.1 Pemasaran	19
2.2.2 Citra Merek	24
2.2.3 Harga.....	27
2.2.4 Kualitas Pelayanan.....	29
2.2.5 Minat Beli Ulang.....	32
2.2.6 Hubungan Antar Variabel	36
2.3 Kerangka Berpikir.....	38
2.4 Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	40
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	40
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	45

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	46
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel.....	46
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	48
3.4 Jenis, Sumber dan teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4.1 Jenis Data	49
3.4.2 Sumber Data.....	49
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5 Teknik Analisis Data.....	50
3.5.1 Uji Instrumen	51
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.5.3 Analisis Linear Regresi Berganda	55
3.5.4 Uji Hipotesis	56
3.5.5 Jadwal Penelitian	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Hasil	59
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	59
4.1.2 Penyajian Data	61
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda	87
4.1.5 Uji Koefisien Determinasi	89
4.1.6 Uji Simultan (Uji F).....	89
4.1.7 Uji Parsial (Uji t).....	90
4.2 Pembahasan.....	92
4.2.1 Pengaruh Simultan.....	92
4.2.2 Pengaruh Parsial.....	92

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN KUISIONER.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pilihan Kategori Tempat Makan Oleh Masyarakat Indonesia	7
Tabel 1. 2 Restoran Cepat Saji Terfavorit di Indonesia	9
Tabel 1. 3 Jumlah Gerai McDonald's di Asia	10
Tabel 4. 1 Uji Validitas	80
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	38
Gambar 4 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Gambar 4 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	62
Gambar 4 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	63
Gambar 4 4 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	83
Gambar 4 5 Histogram Unstandarized Residual	83
Gambar 4 6 Plot Unstandarized Residual	84
Gambar 4 7 Uji Multikolinearitas	85
Gambar 4 8 Uji Heteroskedastisitas	85
Gambar 4 9 Uji Autokorelasi	86
Gambar 4 10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
Gambar 4 11 Uji Koefisien Determinasi.....	89
Gambar 4 12 Uji Simultan (Uji F)	89
Gambar 4 13 Uji Parsial (Uji t)	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner	107
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Kuesioner Responden.....	114
Lampiran 3 Hasil Jawaban Kuesioner Responden.....	120
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	135
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	137
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas Histogram	137
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas Plot Unstandarized Residual	138
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	138
Lampiran 9 Hasil Uji Multikolinearitas	139
Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	139
Lampiran 11 Hasil Uji Autokorelasi	139
Lampiran 12 Hasil Uji R-Square.....	139
Lampiran 13 Hasil Simultan (Uji F)	140
Lampiran 14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	140

ABSTRAK

MUHAMMAD RYAN SYAHPUTRA, PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN MCDONALD'S DI KOTA SURABAYA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada konsumen McDonald's di Kota Surabaya, yang merupakan pasar makanan cepat saji dengan tingkat persaingan yang tinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal dengan jumlah sampel sebanyak 155 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data diperoleh melalui kuesioner terstruktur, dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen baik secara parsial maupun simultan terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, yang berarti konsumen lebih cenderung melakukan kunjungan kembali ke McDonald's apabila mereka memandang merek tersebut kuat serta harga yang ditawarkan dianggap adil dan kompetitif. Sebaliknya, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, yang mengindikasikan bahwa faktor-faktor lain seperti persepsi terhadap merek dan strategi penetapan harga memiliki peran yang lebih dominan dalam membentuk loyalitas konsumen. Namun, ketika diuji secara simultan, citra merek, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai adjusted R^2 sebesar 54,8%, yang berarti ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan lebih dari setengah variasi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Temuan ini menegaskan pentingnya bagi bisnis makanan cepat saji, khususnya McDonald's, untuk memprioritaskan pemeliharaan citra merek yang kuat dan penerapan strategi harga yang efektif, serta tetap memastikan standar pelayanan yang memadai. Hal ini diperlukan untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan di tengah lingkungan industri yang dinamis dan kompetitif.

Kata kunci: Citra merek, Harga, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang, *McDonald's*, Surabaya

ABSTRACT

MUHAMMAD RYAN SYAHPUTRA, DETERMINANTS OF REPURCHASE INTENTION BASED ON BRAND IMAGE, PRICE, AND SERVICE QUALITY AMONG MCDONALD'S CONSUMERS IN SURABAYA

This research aims to analyze the effect of brand image, price, and service quality on repurchase intention among McDonald's consumers in Surabaya, a city with a highly competitive fast-food market. The study employed a quantitative associative causal approach with a sample of 155 respondents selected through purposive sampling, and the data were obtained using structured questionnaires. The analytical method applied was multiple linear regression to test both partial and simultaneous effects of the independent variables on repurchase intention. The results demonstrate that brand image and price significantly and positively influence repurchase intention, indicating that consumers are more likely to revisit McDonald's when they perceive the brand as strong and when prices are considered fair and competitive. Conversely, service quality was found to have no significant effect, suggesting that other factors such as brand perception and pricing strategies play a more dominant role in shaping consumer loyalty. However, when tested simultaneously, brand image, price, and service quality collectively exert a significant influence on repurchase intention, with an adjusted R^2 value of 54.8%, meaning that these three variables explain more than half of the variation in consumer decisions to repurchase. These findings emphasize the importance for fast-food businesses, particularly McDonald's, to prioritize maintaining a strong brand image and implementing effective pricing strategies while still ensuring adequate service standards, as these aspects are essential to sustaining customer satisfaction and loyalty in a highly dynamic and competitive industry environment.

Keywords: Brand Image, Price, Service Quality, Repurchase Intention, McDonald's, Surabaya.