

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN CEPAT SAJI  
PIZZA HUT**

**Oleh :**

**Nama : Sherly Anggreani Halim**

**NIM : 29140375**

**Skripsi**

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA 2018**

## PENGESAHAN

### (C) **PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN CEPAT SAJI PIZZA HUT**

**Diajukan oleh :**

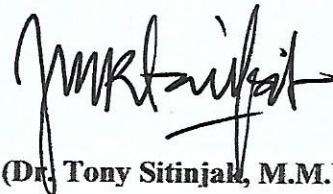
**Nama : Sherly Anggreani Halim**

**NIM : 29140375**

**Jakarta, 3 April 2018**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing**



**(Dr. Tony Sitinjak, M.M.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2018**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

(C)

Sherly Anggreani Halim / 29140375 / 2018 / Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Cepat Saji Pizza Hut / Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Perkembangan ilmu dan teknologi di zaman modern saat ini telah berkembang pesat sehingga menghasilkan perubahan pada sektor ekonomi, pendidikan, hingga ke perubahan gaya hidup. Masyarakat saat ini memiliki tingkat mobilitas yang tinggi sehingga membutuhkan kepraktisan dalam aktivitasnya, salah satunya makanan. Banyaknya restoran yang menyajikan makanan cepat saji membuat setiap produsen harus mampu mempertahankan kepuasan pelanggan melalui citra merek dan kualitas produk yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan makanan cepat saji merek Pizza Hut.

Citra merek terdiri dari tiga dimensi yaitu fungsi produk, sikap terhadap produk, dan reputasi merek. Sedangkan kualitas produk terdiri dari sembilan dimensi yaitu bentuk, kesesuaian, kualitas kinerja, kesesuaian kualitas, daya tahan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya, dan penyesuaian. Kepuasan pelanggan adalah pengalaman menyenangkan setelah mengkonsumsi produk yang ditawarkan dengan adanya perbandingan antara harapan dan kenyataan. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kausal dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Kuesioner disebar dengan menggunakan Google Docs kepada responden yang pernah mengkonsumsi makanan cepat saji merek Pizza Hut. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, skala likert, uji asumsi klasik, dan uji regresi berganda. Alat bantu yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 23.

Hasil analisis menunjukkan responden setuju bahwa citra merek dan kualitas produk Pizza Hut baik. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel citra merek dan variabel kualitas produk Pizza Hut memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

Hak Cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Terhadap Undang-Undang  
Citra Merek dan Kualitas Produk  
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh citra merek dan kualitas produk  
terhadap kepuasan pelanggan makanan cepat saji merek Pizza Hut.

## ABSTRACT

Sherly Anggreani Halim / 29140375/ 2018 / The Influence of Brand Image and Product Quality on Customer Satisfaction Fast Food Pizza Hut / Dr. Tony Sitinjak, M.M.

The development of science and technology in modern times is now growing rapidly resulting in changes in the economic sector, education, to change the lifestyle. Today's society has a high level of mobility that requires practicality in its activities, blame food. The number of restaurants that serve fast food every manufacturer should be able to maintain customer satisfaction through the brand image and the right product quality. This study aims to analyze the influence of brand image and product quality on customer satisfaction of fast food brand Pizza Hut.

Brand image of product brand, attitude towards product, and Product quality, in terms of size, features, quality of performance, durability, style, and improvement. Customer satisfaction is a pleasant experience after consuming the product offered with the comparison between expectation and. If performance exceeds expectations, customers will feel very satisfied or happy.

The research method used is questionnaire method to collect data. The questionnaires were distributed using Google Docs to respondents who had consumed Pizza Hut fast food. Measuring tool used in this research is the validity test, reabilitas test, likert scale, classical principle test, and multiple regression test. The tool used to analyze the data is SPSS 3.

The results showed that respondents agreed with the brand image and the quality of the Pizza Hut product.

The result of this research is that brand image and product quality have positive influence to customer satisfaction. Pizza Hut has a positive influence on customer satisfaction.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Customer Satisfaction

(C)

Hak Cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKG.

## KATA PENGANTAR

(C)

**Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Kwik Kian Gie School of Business.

Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, rasa hormat peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing peneliti selama proses skripsi, yaitu:

1. Pak Dr. Tony Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan pendapat, saran, dan nasehat, serta bimbingan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Seluruh dosen pengajar di Kwik Kian Gie School of Business yang telah memberikan ilmu kepada peneliti, dan kepada seluruh staf perpustakaan Kwik Kian Gie School of Business yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Para staf perpustakaan Kwik Kian Gie School of Business yang telah membantu penulis dalam mencari sumber penulisan skripsi ini.
4. Terima kasih kepada orang tua dan keluarga yang selalu mendukung peneliti dalam mengerjakan skripsi ini baik melalui semangat, hiburan, nasehat dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Terima kasih kepada Rhee van yang dengan sabar mendukung dan membantu peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Terima kasih kepada sahabat-sahabat peneliti, Ria Andika, Silsilia Susanto, Erwin Lusuma, Priscilla Irena, Windy Putra, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah mendukung, menyemangati, mendoakan, membantu, dan menghibur peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Terima kasih kepada para responden yang bersedia membantu peneliti untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
8. Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam meyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran yang dapat menjadi masukan bagi penulis di kemudian hari. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca.

Jakarta, Februari 2018

Peneliti

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
penulis  
Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

(C)

PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
<b>BAB I</b>	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	5
D. Batasan Penelitian .....	6
E. Rumusan Masalah .....	6
F. Tujuan Penelitian .....	6
G. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II</b>	8
A. Landasan Teoritis .....	8
1. Citra Merek .....	8
a. Pengertian Merek .....	8
b. Peran Merek .....	9
c. Atribut Merek .....	10
d. Strategi Pengembangan Merek .....	10
e. Pengertian Citra Merek .....	11
f. Dimensi Citra Merek .....	12
g. Kualitas Produk .....	13
h. Pengertian Produk .....	13
i. Tingkatan Produk .....	13
j. Pengertian Kualitas .....	14
l. Pengertian Kualitas Produk .....	14
m. Dimensi Kualitas Produk .....	15
n. Kepuasan Pelanggan .....	17
o. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	17
p. Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	18

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun  
 tanpa izin IBKKG.

c. Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	18
B. Penelitian Terdahulu .....	19
C. Kerangka Pemikiran.....	20
D. Hipotesis.....	22
<b>BAB II</b>	23
<b>C. Metodologi Penelitian</b>	23
A. Objek Penelitian .....	23
B. Desain Penelitian.....	23
C. Variabel Penelitian .....	26
a. Teknik Pengumpulan Data.....	29
b. Teknik Pengambilan Sampel.....	29
c. Teknik Analisis Data.....	30
D. Analisis dan Interpretasi Data.....	30
1. Uji Validitas .....	30
2. Uji Reliabilitas.....	31
3. Skor Rata-rata.....	32
4. Rumus Skala Penilaian / Skala <i>Likert</i> .....	33
5. Uji Asumsi Klasik .....	34
6. Analisis Regresi Berganda .....	35
<b>BAB III</b>	39
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</b>	39
B. Analisis Deskriptif .....	41
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
a. Profil Responden .....	46
b. Uji Asumsi Klasik .....	52
c. Uji Normalitas .....	52
d. Uji Heteroskedastisitas .....	53
e. Uji Multikolinieritas .....	54
f. Uji Regresi Linier Berganda.....	54
a. Uji Model (uji F) .....	54
b. Uji Variabel (uji t) .....	55
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
g. C. Hasil Penelitian .....	56
h. D. Pembahasan.....	57
<b>BAB IV</b>	60

(C)

Hak Cipta

©

IKIG

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

UnH-Undang

Skripsi

Giliran

Jang-Undang

Skripsi

Ung

UnH

Undang

A. Kesimpulan .....	60
B. Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>65</b>

## **Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

### **Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun





## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	19
.Tabel 1.1 (Lanjutan) Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 1.1 Operasionalisasi Variabel Citra Merek .....	26
Tabel 1.2 Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk .....	27
Tabel 1.2 (Lanjutan) Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk .....	28
Tabel 1.3 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	28
Tabel 1.3 (Lanjutan) Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	29
Tabel 1.4 Jawaban Skala Likert .....	33
Tabel 2 Uji Validitas Citra Merek .....	42
Tabel 2.1 (Lanjutan) Uji Validitas Citra Merek .....	43
Tabel 2.2 Uji Validitas Kualitas Produk .....	43
Tabel 2.2 (Lanjutan) Uji Validitas Kualitas Produk .....	44
Tabel 2.3 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....	45
Tabel 3 Uji Reliabilitas Citra Merek .....	46
Tabel 3.1 Uji Reliabilitas Kualitas Produk .....	46
Tabel 3.2 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....	46
Tabel 3.7 Persentase Jenis Kelamin Responden .....	47
Tabel 3.8 Persentasi Usia Responden .....	47
Tabel 4.9 Persentase Pekerjaan Responden .....	48
Tabel 4.10 Persentase Pendapatan per Bulan Responden .....	48
Tabel 4.11 Skor Rata-Rata Citra Merek .....	49
Tabel 4.12 Skor Rata-Rata Kualitas Produk .....	50
Tabel 4.12 (Lanjutan) Skor Rata-Rata Kualitas Produk .....	51
Tabel 4.13 Skor Rata-Rata Kepuasan Pelanggan .....	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas .....	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Model (Uji F) .....	55
Tabel 4.18 Hasil Uji Variabel (Uji t) .....	56
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	57

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 Logo Pizza Hut 2018.....	41

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

## Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.