

PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RICHEESE FACTORY DI KELAPA GADING

Oleh :

Nama : Gerry Bernath M

NIM : 21140153

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Februari 2021



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.

PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RICHEESE FACTORY DI KELAPA GADING

Oleh :

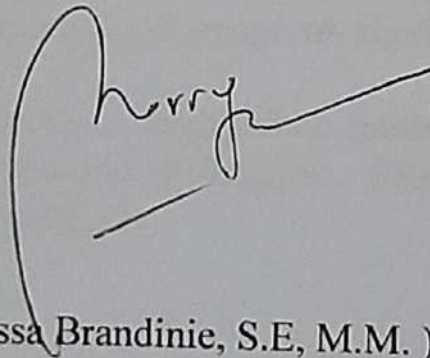
Nama : Gerry Bernath M

NIM : 21140513

Jakarta, 15 Februari 2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Morryessa Brandinie, S.E, M.M.)



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

Gerry Bernath M / 21140513 / Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory di Kelapa Gading/ Pembimbing : Morryessa Brandinie, S.E, M.M.

Perkembangan restoran cepat saji saat ini berjalan dengan cepat. Ini dikarenakan dengan adanya peluang ekonomi yang terkait dengan perubahan gaya hidup pada masyarakat. Ini ditandai dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk serta mengakibatkan mereka untuk selalu mencari sesuatu yang bersifat sangat praktis dan instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, restoran makanan siap saji merupakan hal yang sangat diminati. Restoran makanan siap saji memiliki peluang yang besar dan menjanjikan, seperti *McDonald's*, *KFC*, *Wendy*, *Richeese Factory*. *Richeese Factory* mengalami kenaikan pada *Top Brand Indeks* dari tahun 2018 ke tahun 2020.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari citra merek, promosi, bauran promosi dan kepuasan pelanggan, bauran promosi.

Objek penelitian ini adalah Richeese Factory di Kelapa Gading. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Richeese Factory, dimana teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan *judgement sampling*, dengan ukuran sampel 100. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik komunikasi dimana akan disebarakan kuesioner melalui media *Google Form* kepada 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji model F dan T serta uji analisis regresi ganda dengan menggunakan SPSS 22.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa citra merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa citra merek terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Promosi terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



ABSTRACT

Gerry Bernath M / 21140513 / *The Influence of Brand Image and Promotion on Customer Satisfaction Richeese Factory in Kelapa Gading / Advisor: Morryessa Brandinie, S.E, M.M.*

The development of fast food restaurants is currently running fast. This is due to the economic opportunities associated with changes in lifestyle in society. This is marked by the higher mobility of society and busy work activities and it causes them to always look for something that is very practical and instant in fulfilling their daily needs. Therefore, fast food restaurants are in great demand. Fast food restaurants have great and promising opportunities, such as McDonald's, KFC, Wendy's, Richeese Factory. Richeese Factory has increased on the Top Brand Index from 2018 to 2020.

The theory used to support this research is the definition of brand image, promotion and customer satisfaction, promotion mix.

The object of this research is Richeese Factory in Kelapa Gading. The population of this research is Richeese Factory customers, where the sampling technique is non-probability sampling using judgment sampling, with a sample size of 100. Data collection is carried out using communication techniques where questionnaires will be distributed via Google Form media to 100 respondents. The data analysis technique used is descriptive analysis, validity test, reliability test, model F and T test and multiple regression analysis using SPSS 22.

The results of data analysis indicate that brand image has a significant effect on customer satisfaction. Promotion has a significant effect on customer satisfaction.

Based on the results of data analysis, it can be concluded that brand image is proven to have a significant effect on customer satisfaction. Promotion has been shown to have a significant effect on customer satisfaction.





KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karena atas rahmat dan berkat-Nya serta waktu yang diberikan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis banyak mengalami kendala.

Namun, penulis berusaha menyelesaikan skripsi ini dengan bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian karya tulis akhir ini, antara lain :

1. Ibu Morryessa Brandinie, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan telah membagikan ilmu yang bermanfaat, serta menginspirasi mahasiswa melalui tulisan-tulisannya.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan pengajaran dan bantuan selama penulis menjalankan masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
3. Keluarga yang telah setiap hari memberikan doa, semangat, pendapat, saran, serta dorongan kepada peneliti dan juga teman-teman yang membantu penulis.
5. Para responden yang telah meluangkan waktu dan mau mengisi kusioner penelitian ini dan kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

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.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Akhir kata, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan, serta dapat memberikan kritik dan saran yang membangun. Terima kasih.

Jakarta, Februari 2021

Gerry Bernath M



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

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Batasan Penelitian	5
1.5 Rumusan Masalah	5
1.6 Tujuan Penelitian	5
1.7 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Landasan Teoritis	7
1. Merek	7
1.1.1 Tujuan Pemberian Merek	7
1.1.2 Syarat Memilih Merek	8
2.1. Citra Merek	8
2.1.1 Definisi Citra Merek	8
2.1.2 Dimensi Citra Merek	9
2.2. Promosi	10





2.2.1. Definisi Promosi	10
2.2.2. Dimensi Promosi.....	10
2.2.3. Bauran Promosi.....	11
2.3.1 Kepuasan Pelanggan.....	11
2.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	11
2.3.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	12
2.3.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	13
B Penelitian Terdahulu.....	14
C Kerangka Penelitian.....	15
D Hipotesis Penelitian.....	15

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

A Objek Penelitian.....	16
B Desain Penelitian.....	16
C Variabel Penelitian.....	18
D Teknik Pengambilan Sampel.....	20
E Teknik Pengumpulan Data.....	20
F Teknik Analisis Data.....	21
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	21
2. Analisis Deskriptif.....	21
a. Skor rata-rata.....	22
b. Rentang Skala.....	22
3 Analisis Linear Ganda.....	23
a Uji Asumsi Klasik.....	24
1. Uji Normalitas.....	24
2. Uji Otokorelasi.....	24
3. Uji Heteroskedastisitas	24
4. Uji Multikolinearitas.....	25
b Uji F.....	25
c Uji t.....	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



BAB IV : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Penelitian.....	25
1.	Profil Perusahaan.....	25
2.	Logo Perusahaan.....	26
3.	Produk Perusahaan.....	27
B.	Hasil Analisis Data.....	28
1.	Uji Validitas dan Realibilitas.....	28
2.	Analisis Deskriptif.....	29
3.	Analisis Regresi Ganda.....	30
a.	Uji Asumsi Klasik.....	30
b.	Pengujian Kesesuaian Model (Uji F).....	30
c.	Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t).....	31
C.	Hasil Penelitian.....	32
D.	Pembahasan.....	32
BAB V : SIMPULAN DAN SARAN		
A.	Simpulan.....	35
B.	Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA.....		
LAMPIRAN.....		38

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Awards Restoran Fast Food Tahun 2018-2020.....	3
Tabel 3.1 Operasional Variabel Citra merek.....	18
Tabel 3.2 Operasional Variabel Promosi.....	19
Tabel 3.3 Operasional Kepuasan Pelanggan.....	19
Tabel 3.4 Pengukuran Variabel.....	20
Tabel 3.5 Rentang Skala.....	22
Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	28
Tabel 4.2 Analisis Dekriptif.....	29
Tabel 4.3 Uji Asumsi Klasik.....	30
Tabel 4.4 Uji F.....	30
Tabel 4.5 Uji t.....	31

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan penjiplakan dan menyalin dalam bentuk apa pun tanpa izin IBIKKG.
 - 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 GAMBAR

Gambar 4.1 Suasana Luar <i>Richeese Factory</i>	25
Gambar 4.2 Suasana Dalam <i>Richeese Factory</i>	25
Gambar 4.3 Logo <i>Richeese Factory</i>	26
Gambar 4.4 Menu Makanan dan Minuman <i>Richeese Factory</i>	27

© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin, menyalin, atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipannya 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.