



# PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KFC DI KELAPA GADING JAKARTA

Oleh:

Nama: Bryzen Djon

NIM: 26200295

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2024

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, 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



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KFC DI KELAPA GADING JAKARTA

Diajukan Oleh

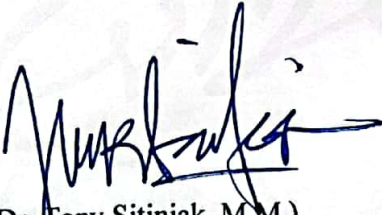
Nama: Bryzen Djon

NIM: 26200295

Jakarta, 18 Maret 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Dr. Tony Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA, 2024

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

Bryzen Djon/26200295/Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen KFC di Kelapa Gading Jakarta/Pembimbing: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Kentucky Fried Chicken (KFC) merupakan restoran cepat saji paling populer di Indonesia pada 2022. Meski demikian, saat ini sudah semakin banyak *brand* restoran cepat saji internasional yang memasuki pasar Indonesia seperti Subway pada tahun 2021, dan Popeyes pada tahun 2022. Maka itu, diperlukan strategi pemasaran yang baru dan inovatif bagi KFC untuk terus dapat berkembang dan bersaing dalam pasar makanan cepat saji di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui apakah harga dan citra merek KFC di Kelapa Gading, Jakarta merupakan faktor-faktor yang turut mempengaruhi keputusan pembeliannya.

Teori dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perilaku konsumen. Teori ini mengemukakan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Pada penelitian ini, akan diteliti apakah faktor harga dan citra merek dapat mempengaruhi perilaku konsumen KFC di Kelapa Gading Jakarta yaitu keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Data dikumpulkan dari 121 responden yang direkrut dengan menggunakan sampel non-probabilitas dengan pendekatan *judgment sampling*. Data penelitian yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) menggunakan bantuan *software* WarpPLS 7.0.

Penelitian menemukan bahwa harga dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Peneliti menyarankan KFC di Kelapa Gading Jakarta untuk memberikan harga produk sesuai dengan manfaat yang ditawarkan, serta terus melakukan upaya perbaikan dan peningkatan citra merek. Bagi peneliti lain, peneliti menyarankan untuk meneliti pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk lain seperti produk *luxury* yang melibatkan emosional konsumen (*high-involvement product*).



## ABSTRACT

Bryzen Djon/26200295/The Influence of Price and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of KFC in Kelapa Gading Jakarta/Advisor: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Kentucky Fried Chicken (KFC) is the most popular fast-food restaurant in Indonesia in 2022. However, there are increasingly more international fast-food restaurant brands entering the Indonesian market, such as Subway in 2021, and Popeyes in 2022. Therefore, new and innovative marketing strategies are needed for KFC to continue growing and competing in the fast food market in Indonesia. Hence, this research aims to determine whether the price and brand image of KFC in Kelapa Gading Jakarta are factors influencing consumer purchasing decisions.

The basic theory used in this research is consumer behavior theory, which states that there are factors influencing consumer behavior. This study will investigate whether price and brand image factors can influence consumer behavior at KFC in Kelapa Gading Jakarta, namely purchasing decisions.

This research uses descriptive method. Data were collected from 121 respondents recruited using non-probability sampling approach with judgment sampling. The collected research data were then analyzed using SEM (Structural Equation Modeling) analysis with the assistance of WarpPLS 7.0 software.

The study found that price and brand image have a significant positive influence on purchasing decisions. The researcher suggests KFC in Kelapa Gading Jakarta to offer product prices in line with the benefits offered, and to continue efforts to improve and enhance the brand image. For other researchers, it is recommended to investigate the influence of price and brand image on purchasing decisions for other products such as luxury products that involve consumer emotions (high-involvement product).



## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya selama proses penulisan skripsi ini. Penulis telah menyelesaikan skripsi berjudul "Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian KFC di Kelapa Gading Jakarta" dengan bantuan dan berkat-Nya. Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya *brand* restoran cepat saji internasional yang memasuki pasar Indonesia, yang mengancam posisi KFC sebagai salah satu restoran cepat saji paling populer di Indonesia. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengetahui apakah harga dan citra merek KFC, khususnya di Kelapa Gading, Jakarta berpengaruh terhadap keputusan pembeliannya, sehingga dapat memformulasikan strategi pemasaran produk yang sesuai untuk dapat tetap bersaing di pasar restoran cepat saji Indonesia.

Penulis menyadari ada banyak pihak yang membantu penulis dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan ini penulis ingin memanjatkan syukur dan mendoakan balasan yang baik untuk:

1. Bapak Dr. Tony Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing yang senantiasa dan selalu dengan senang hati membimbing dan memberikan pengetahuan serta masukan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
2. Semua dosen pengajar dan karyawan yang telah menyediakan fasilitas dan lingkungan belajar serta memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proses pembuatan skripsi.
3. Orang tua dan saudara yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam masa pembuatan skripsi ini.



4. Vanessa Caroline dan Jason Otto serta seluruh teman yang memberikan dukungan semangat dan motivasi untuk penulis selama proses penyusunan skripsi.

5. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca sebagai bahan perbaikan untuk masa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pembaca dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, Februari 2024

Bryzen Djon

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

|                                         |     |
|-----------------------------------------|-----|
| ABSTRAK.....                            | iii |
| KATA PENGANTAR.....                     | v   |
| DAFTAR ISI.....                         | vii |
| DAFTAR TABEL.....                       | x   |
| DAFTAR GAMBAR.....                      | xi  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                    | xii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                 | 1   |
| A. Latar Belakang Masalah .....         | 1   |
| B. Identifikasi Masalah.....            | 4   |
| C. Batasan Masalah .....                | 4   |
| D. Batasan Penelitian.....              | 4   |
| E. Rumusan Masalah.....                 | 5   |
| F. Tujuan Penelitian .....              | 5   |
| G. Manfaat Penelitian .....             | 5   |
| 1. Bagi Perusahaan .....                | 5   |
| 2. Bagi Peneliti Selanjutnya .....      | 6   |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA .....             | 7   |
| A. Landasan Teoritis.....               | 7   |
| 1. Teori Dasar.....                     | 7   |
| 2. Harga .....                          | 8   |
| a. Pengertian Harga .....               | 8   |
| b. Indikator Harga.....                 | 9   |
| 3. Citra Merek .....                    | 10  |
| a. Pengertian Citra Merek.....          | 10  |
| b. Indikator Citra Merek .....          | 11  |
| 4. Keputusan Pembelian.....             | 12  |
| a. Pengertian Keputusan Pembelian ..... | 12  |
| b. Proses Keputusan Pembelian.....      | 12  |
| c. Indikator Keputusan Pembelian.....   | 13  |
| B. Penelitian Terdahulu .....           | 15  |



|                                        |                                                                        |           |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| C.                                     | Kerangka Penelitian .....                                              | 18        |
| 1.                                     | Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....                      | 18        |
| 2.                                     | Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....                 | 18        |
| D.                                     | Hipotesis Penelitian .....                                             | 19        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b> |                                                                        | <b>20</b> |
| A.                                     | Objek Penelitian.....                                                  | 20        |
| B.                                     | Desain Penelitian .....                                                | 20        |
| 1.                                     | Derajat Kristalisasi Pertanyaan .....                                  | 20        |
| 2.                                     | Metode Pengumpulan Data .....                                          | 20        |
| 3.                                     | Kontrol Variabel.....                                                  | 20        |
| 4.                                     | Tujuan Penelitian.....                                                 | 21        |
| 5.                                     | Dimensi Waktu.....                                                     | 21        |
| 6.                                     | Cakupan Topik .....                                                    | 21        |
| 7.                                     | Lingkungan Penelitian.....                                             | 21        |
| 8.                                     | Kesadaran Persepsi Partisipan.....                                     | 21        |
| C.                                     | Variabel Penelitian.....                                               | 21        |
| 1.                                     | Variabel Harga .....                                                   | 22        |
| 2.                                     | Variabel Citra Merek.....                                              | 22        |
| 3.                                     | Variabel Keputusan Pembelian .....                                     | 23        |
| D.                                     | Teknik Pengumpulan Data.....                                           | 23        |
| E.                                     | Teknik Pengambilan Sampel .....                                        | 23        |
| F.                                     | Teknik Analisis Data.....                                              | 25        |
| 1.                                     | Evaluasi Model Pengukuran.....                                         | 25        |
| a.                                     | Uji Validitas.....                                                     | 25        |
| b.                                     | Uji Reliabilitas.....                                                  | 26        |
| 2.                                     | Analisis Deskriptif.....                                               | 27        |
| a.                                     | Analisis Persentase .....                                              | 27        |
| b.                                     | Rata-rata Hitung ( <i>Mean</i> ).....                                  | 28        |
| c.                                     | Rata-rata Tertimbang.....                                              | 28        |
| 3.                                     | Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....                      | 29        |
| a.                                     | Model lengkap SEM.....                                                 | 30        |
| b.                                     | Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Measurement Model Evaluation</i> )..... | 30        |



|                                                   |                                                                                  |    |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| c.                                                | Evaluasi <i>Model Fit</i> .....                                                  | 31 |
| d.                                                | Evaluasi Model Struktural ( <i>Structural Model Evaluation</i> ) .....           | 32 |
| (1)                                               | Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                            | 32 |
| (2)                                               | Uji Hipotesis.....                                                               | 33 |
| <b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> ..... |                                                                                  | 34 |
| A.                                                | Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                             | 34 |
| B.                                                | <i>Pilot Study</i> .....                                                         | 34 |
| 1.                                                | Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pilot Study (Goodness of Instrument)</i> ..... | 37 |
| C.                                                | Profil Responden.....                                                            | 38 |
| 1.                                                | Profil Responden berdasarkan Usia .....                                          | 38 |
| 2.                                                | Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....                                 | 39 |
| 3.                                                | Profil Responden berdasarkan Pekerjaan .....                                     | 39 |
| 4.                                                | Profil Responden berdasarkan Pembelian .....                                     | 40 |
| D.                                                | Uji Validitas dan Reliabilitas .....                                             | 40 |
| E.                                                | Analisis Deskriptif .....                                                        | 42 |
| 1.                                                | Harga .....                                                                      | 42 |
| 2.                                                | Citra Merek .....                                                                | 44 |
| 3.                                                | Keputusan Pembelian.....                                                         | 45 |
| F.                                                | Hasil Penelitian .....                                                           | 46 |
| 1.                                                | <i>Model Fit</i> .....                                                           | 46 |
| 2.                                                | Evaluasi Model Struktural.....                                                   | 47 |
| G.                                                | Pembahasan.....                                                                  | 49 |
| 1.                                                | Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....                                | 49 |
| 2.                                                | Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....                           | 50 |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....           |                                                                                  | 51 |
| A.                                                | Kesimpulan .....                                                                 | 51 |
| B.                                                | Saran .....                                                                      | 51 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1 .....                                                                 | 14 |
| Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2 .....                                                                 | 14 |
| Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3 .....                                                                 | 15 |
| Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu 4 .....                                                                 | 15 |
| Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu 5 .....                                                                 | 16 |
| Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu 6 .....                                                                 | 16 |
| Tabel 3.1 Pengukuran Harga .....                                                                       | 21 |
| Tabel 3.2 Pengukuran Citra Merek .....                                                                 | 21 |
| Tabel 3.3 Pengukuran Keputusan Pembelian .....                                                         | 22 |
| Tabel 3.4 Pengukuran Skala Likert .....                                                                | 23 |
| Tabel 3.5 Kriteria Uji Kesesuaian Model .....                                                          | 30 |
| Tabel 4.1 Profil Responden Pilot Study Berdasarkan Usia .....                                          | 34 |
| Tabel 4.2 Profil Responden Pilot Study Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                 | 34 |
| Tabel 4.3 Profil Responden Pilot Study Berdasarkan Pekerjaan .....                                     | 35 |
| Tabel 4.4 Profil Responden Pilot Study Berdasarkan Pembelian Terhadap KFC Kelapa Gading, Jakarta ..... | 35 |
| Tabel 4.5 Uji Validitas Dan Reliabilitas Pilot Study .....                                             | 36 |
| Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Usia .....                                                      | 37 |
| Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                             | 38 |
| Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                                                 | 38 |
| Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Pembelian .....                                                 | 39 |
| Tabel 4.10 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....                                                        | 40 |
| Tabel 4.11 Uji Validitas Dan Reliabilitas Baru .....                                                   | 41 |
| Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Harga .....                                                             | 42 |
| Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Citra Merek .....                                                       | 43 |
| Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian .....                                               | 44 |
| Tabel 4.15 Hasil Evaluasi Model Fit .....                                                              | 45 |
| Tabel 4.16 Pengaruh Langsung .....                                                                     | 47 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1. Restoran Cepat Saji Paling Populer Di Indonesia Tahun 2022 ..... | 1  |
| Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....                        | 12 |
| Gambar 2.2. Kerangka Penelitian .....                                        | 17 |
| Gambar 3.1. Model Lengkap SEM .....                                          | 28 |
| Gambar 4.1. Model Struktural .....                                           | 46 |

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

**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.



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                                                                                                                  |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1: Kuesioner .....                                                                                                                                                      | 53 |
| Lampiran 2: Jawaban Kuesioner Pilot Study .....                                                                                                                                  | 55 |
| Lampiran 3: Jawaban Kuesioner (Data Penelitian) .....                                                                                                                            | 56 |
| Lampiran 4: Profil Responden Pilot Study Menggunakan SPSS 25 .....                                                                                                               | 62 |
| Lampiran 5: Profil Responden Data Penelitian Menggunakan SPSS 25 .....                                                                                                           | 63 |
| Lampiran 6: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pilot Study Menggunakan WarpPLS 7.0 ...                                                                                         | 64 |
| Lampiran 7: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data Penelitian Menggunakan WarpPLS 7.0 .....                                                                                   | 65 |
| Lampiran 8: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data Penelitian Setelah Penghapusan Indikator Variabel HG2, HG3, CM2, CM3, KP1, KP3, KP5, dan KP7 Menggunakan Warppls 7.0 ..... | 67 |
| Lampiran 9: Analisis Deskriptif Data Penelitian Menggunakan SPSS 25 .....                                                                                                        | 69 |