

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN KFC KELAPA GADING, JAKARTA UTARA**

Oleh:

**Nama : Fredy Wijayanto**

**Nim : 22150309**

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 2020**

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN KFC KELAPA GADING, JAKARTA UTARA**

**Diajukan oleh :**

**Nama : Fredy Wijayanto**

**NIM : 22150309**

**Jakarta, Januari 2020**

**Disetujui oleh :**

**Pembimbing,**

**Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2020**

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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

Fredy Wijayanto / 22150309 / 2019 / Pengaruh Citra Merek, Harga , Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan KFC / Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Pada saat ini industri makanan dan minuman berkembang dengan sangat cepat khususnya pada industri makanan siap saji. Banyak pesaing yang muncul dalam industri ini sehingga membuat pelanggan semakin selektif dalam menentukan pilihannya serta pelanggan ingin mencoba makanan yang berbeda. Oleh karena itu perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan juga inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori-teori untuk lebih memahami pengertian dan konsep yang berhubungan dengan pembahasan pada skripsi ini. Teori yang penulis gunakan meliputi pada : teori citra merek , teori harga, teori kualitas produk dan teori loyalitas pelanggan.

Penulis melakukan pengambilan sampel sebanyak 100 responden yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan *google form*. Objek dari penelitian ini adalah pelanggan KFC. Penulis menggunakan prosedur *non-probability sampling* ( penarikan sampel acak ) dan menggunakan metode *judgement sampling* ( sampling pertimbangan ), alat bantu yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah SPSS25.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah citra merek , harga , dan *kualitas produk* terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *loyalita pelanggan*.

Disarankan bagi perusahaan untuk menjaga citra merek KFC yang sudah baik serta mempertahankan harga dan juga *kualitas produk* yang sudah baik di KFC.

Kata kunci : *citra merek, harga, kualitas produk, loyalitas pelanggan*.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tulisan 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 IBKKG.

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



## ABSTRACT

**Fredy Wijayanto / 22150309/2019 / The Effect of Brand Image, Price, Product Quality on Customer Loyalty KFC / Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.**

*At present the food and beverage industry is developing very quickly, especially in the fast food industry. Many competitors have emerged in this industry, making customers more selective in their choices and customers wanting to try different foods. Therefore companies must know the factors that influence customer loyalty in order to make improvements as well as innovations that are expected to increase customer loyalty.*

*In this study, the authors use theories to better understand the understanding and concepts related to the discussion of this section. Theories I use include: brand image theory, price theory, product quality theory and customer loyalty theory.*

*The author took a sample of 100 respondents who carried out by distributing questionnaires using google form. The object of this research is KFC customers. The author uses the procedure of non-probability sampling (random sampling) and uses the judgment sampling method (consideration sampling), the tool used by the author in this study is SPSS25.*

*The conclusion of this study is the brand image, price, and product quality have a positive and significant influence on customer loyalty.*

*It is recommended for companies to maintain a good KFC brand image and maintain prices and also the quality of products that are already good at KFC.*

**Key words :** Brand image, price, product quality, customer loyalty.

© Fakultas Teknik Kwik Kian Gie  
Jurusan Informatika Kwik Kian Gie  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh citra merek, harga, kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan KFC “. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mengalami kendala. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat selesai tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yaitu :

1. Bapak Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan , penjelasan, serta motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Seluruh dosen dan staff pengajar Institut Bisnis dan Infomatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan pengajaran dan bantuan selama peneliti menjalankan masa perkuliahan
3. Sahabat-sahabat dan orang terdekat penulis Albert Eldons, Ronald Christianda, Kristofel, Kevin Eka, Chandra, Willy, darrent, Wesley, Indah yang selalu memberikan bantuan dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini hingga skripsi ini selesai.
4. Responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner sehingga peneliti boleh berjalan lancar.
5. Pihak lainya yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.



Akhir kata, Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dari cara penulisan kata-kata maupun kalimat. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengucapkan permintaan maaf atas kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini, saran dan kritik dari pembaca sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca

Jakarta, Januari 2019

Fredy Wijayanto

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.



<b>DAFTAR ISI</b>	
HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR Gambar.....	x
DAFTAR Lampiran.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	5
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Citra Merek.....	10
2. Harga.....	12
3. Kualitas produk.....	14
4. Loyalitas pelanggan.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Pemikiran.....	20
D. Kerangka Penelitian.....	22
E. Hipotesis Penelitian.....	22

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dilindungi Undang-Undang

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.



<b>BAB III. METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
A. Obyek Penelitian.....	23
B. Desain Penelitian.....	23
C. Variabel Penelitian.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	28
F. Teknik Analisis Data.....	28
<b>BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
B. Uji Validitas Dan Realibilitas.....	37
C. Analisis Profil Responden.....	38
D. Rata-Rata Tertimbang (Mean).....	41
E. Uji Asumsi Klasik.....	47
F. Uji Regresi Linear Berganda.....	50
G. Hasil Penelitian.....	53
H. Pembahasan.....	55
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>57</b>
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 2.1	Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 2.2	Penelitian Terhadapulu.....	19
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1	Butiran Pertanyaan Brand Image.....	25
Tabel 3.2	Butiran Pertanyaan Price.....	25
Tabel 3.3	Butiran Pertanyaan Kualitas produk .....	26
Tabel 3.4	Butiran Pertanyaan Loyalitas pelanggan.....	27
Tabel 4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
Tabel 4.2	Rata-rata tertimbang brand image .....	41
Tabel 4.3	Rata-rata tertimbang Price.....	42
Tabel 4.4	Rata-rata tertimbang kualitas produk.....	44
Tabel 4.5	Rata-rata tertimbang Loyalitas pelanggan.....	45
Tabel 4.6	Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.7	Uji Multikolinearlitas.....	48
Tabel 4.8	Uji Heteroskedastisitas .....	49
Tabel 4.9	Model Regresi.....	50
Tabel 4.10	Uji model ( Uji F ).....	51
Tabel 4.11	Uji Signifikan koefisien ( Uji T ).....	52
Tabel 4.12	Uji Koefisien determinasi ( Uji R <sup>2</sup> ).....	53

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 GAMBAR

Gambar 2.1	Gambar Kerangka Penelitian.....	22
Gambar 4.1	Gambar Logo KFC.....	37
Gambar 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	39
Gambar 4.3	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Gambar 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Gambar 4.5	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	40
Gambar 4.6	Rentang skala Brand Image.....	42
Gambar 4.7	Rentang skala Price.....	43
Gambar 4.8	Rentang skala Kualitas produk.....	45
Gambar 4.9	Rentang skala Loyalitas pelanggan.....	49

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER .....62

### LAMPIRAN 2 PROFIL RESPONDEN

A. Profil Responden Berdasarkan Usia..... 68

B. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....68

C. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....69

D. Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan..... 69

### LAMPIRAN 3 HASIL UJI VALIDITAS, RELIABILITAS, DAN RATA-RATA SETIAP

#### VARIABEL

A. Hasil Uji Validitas Brand Image .....70

B. Hasil Uji Validitas Price.....71

C. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk..... 71

D. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan..... 72

E. Hasil Uji Reliabilitas Brand Image..... 72

F. Hasil Uji Reliabilitas Price.....73

G. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....73

H. Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....73

I. Rata-rata Brand Image.....74

J. Rata-rata Price.....74

K. Rata-rata Kualitas Produk.....74

©

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

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.



L. Rata-rata Loyalitas Pelanggan.....	74
---------------------------------------	----

**LAMPIRAN 4 HASIL UJI ASUMSI KLASIK**

A. Hasil Uji Normalitas.....	75
B. Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
C. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	76

**LAMPIRAN 5 ANALISIS REGRESI BERGANDA**

A. Hasil Uji F .....	77
B. Hasil Uji T.....	77
C. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	77

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.