

**PENGARUH BRAND IMAGE, KEWAJARAN HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
KONSUMEN PIZZA HUT DELIVERY DINOYO**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

**Nizar Revi Amelia Sandy**

**202110160311462**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEWAJARAN HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT  
DELIVERY DINOYO**

Oleh:

**Nizar Revi Amelia Sandy**

**202110160311462**

Malang, 17 Juni 2025

Telah disetujui oleh:

Pembimbing 1,

  
Dr. Rahmad Wjaya, S.E., M.M.



**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH BRAND IMAGE, KEWAJARAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT DELIVERY DINOYO**

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Nizar Revi Amelia Sandy

NIM : 202110160311462

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 24 Juni 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.

Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji II : Yeyen Pratika, S.E., MBA.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.



### PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nizar Revi Amelia Sandy  
NIM : 202110160311462  
Program Studi : Manajemen  
Surel : [nizarreviamelia@gmail.com](mailto:nizarreviamelia@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/ sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan jika di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya siap menerima sanksi akademis dan sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Malang, 20 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,


Nizar Revi Amelia Sandy

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE FAIRNESS AND SERVICE  
QUALITY ON PURCHASING DECISIONS OF PIZZA HUT DELIVERY  
DINOYO CONSUMERS**

**Nizar Revi Amelia Sandy<sup>1</sup>, Rahmad Wijaya<sup>2</sup>**

*Departement of Management Faculty of Economics and Bussines*

Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail: [nizarreviamelia@gmail.com](mailto:nizarreviamelia@gmail.com)

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of brand image, price fairness, and service quality on purchasing decisions at Pizza Hut Delivery Dinoyo. This study is a quantitative study. Using data from questionnaire results with non-probability sampling techniques with the Accidental sampling method, with a total sample of 160 respondents. The analysis method used is multiple linear regression analysis with the IBM SPSS Statistic 21 analysis tool. The results of SPSS processing show that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. Price fairness has a negative and insignificant effect on purchasing decisions. Service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

***Keywords:*** Brand image, Price fairness, Service quality, Purchase decision

**PENGARUH BRAND IMAGE, KEWAJARAN HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
KONSUMEN PIZZA HUT DELIVERY DINOYO**

**Nizar Revi Amelia Sandy<sup>1</sup>, Rahmad Wijaya<sup>2</sup>**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail: [nizarreviamelia@gmail.com](mailto:nizarreviamelia@gmail.com)

***ABSTRACT***

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, kewajaran harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut Delivery Dinoyo. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menggunakan data dari hasil kuisioner dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *Accidental sampling*, dengan total sampe 160 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan alat analisis *IBM SPSS Statistic 21*. Hasil dari pengolahan SPSS menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kewajaran harga berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** *Brand image, Kewajaran Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Kewajaran Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery Dinoyo”.

Penulisan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang. Penulisan dan penyusunan skripsi ini penuh dengan tantangan, dan banyak pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si., sebagai rektor Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis selama menjalani dan menyelesaikan Pendidikan.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah mendukung pelaksanaan Pendidikan di fakultas manajemen.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah memberikan persetujuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Dr. Rahmad Wijaya, M.M., selaku Dosen Pembimbing 1, yang telah dengan sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan yang sangat berarti dalam setiap tahap penyusunan skripsi, segala masukan, saran, serta ilmu yang diberikan sangat membantu penulis dalam mengatasi berbagai kesulitan dan tantangan yang dihadapi selama penelitian, dari awal hingga akhir. Penulis sangat berterima kasih atas kesediaan beliau dalam membimbing penulis dengan penuh dedikasi, serta memberikan inspirasi untuk selalu memperbaiki kualitas hasil penelitian.

5. Bapak Sujarno dan Ibu Ima Lutvia Romiastuti, seorang ayah dan ibu yang telah menjadi orangtua yang selalu siap mendukung anaknya, memberikan doa dan kasih sayang yang luar biasa, nasihat dan motivasi yang pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang sederhana ini dengan baik.
6. Romlah dan Alm. Isnin, seorang nenek dan kakek penulis yang pertama selalu mendoakan cucunya agar menjadi anak yang sukses, dapat membahagiakan semua orang yang ada dirumah, selalu membimbing dalam hal agama dan mengarahkan penulis menjadi anak yang solihah. Terimakasih atas doa yang tiada hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya perkuliahan ini dengan baik.
7. Saudara-saudari penulis, Zarma Putri Alvia Sandy, Hestiafin Renata Rafli Sandy, dan Nala Harfian Sandy. Terimakasih telah memberikan dukungan serta doa yang terbaik bagi penulis.
8. Terima kasih kepada seluruh teman penulis, mulai dari teman paling dekat yaitu Rizka Adelia dan Rindi Wahyu, yang telah setia menjadi teman penulis selama 4 tahun perkuliahan ini hingga penulisan skripsi ini selesai. Terimakasih kepada Diyah teman satu bimbingan yang selalu membantu penulis dalam penulisan skripsi ini dan selalu memberikan motivasi dan saran yang baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman sekelas yang berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri, Nizar Revi Amelia Sandy. Terima kasih telah bertahan melalui segala perjuangan, air mata, dan ketidakpastian dalam perjalanan ini, meskipun sesekali ingin menyerah pada sesuatu yang sedang dijalani selama ini. Terima kasih sudah menjadi pribadi yang lebih baik yang sudah mengusahakan semua hal agar menjadi baik.

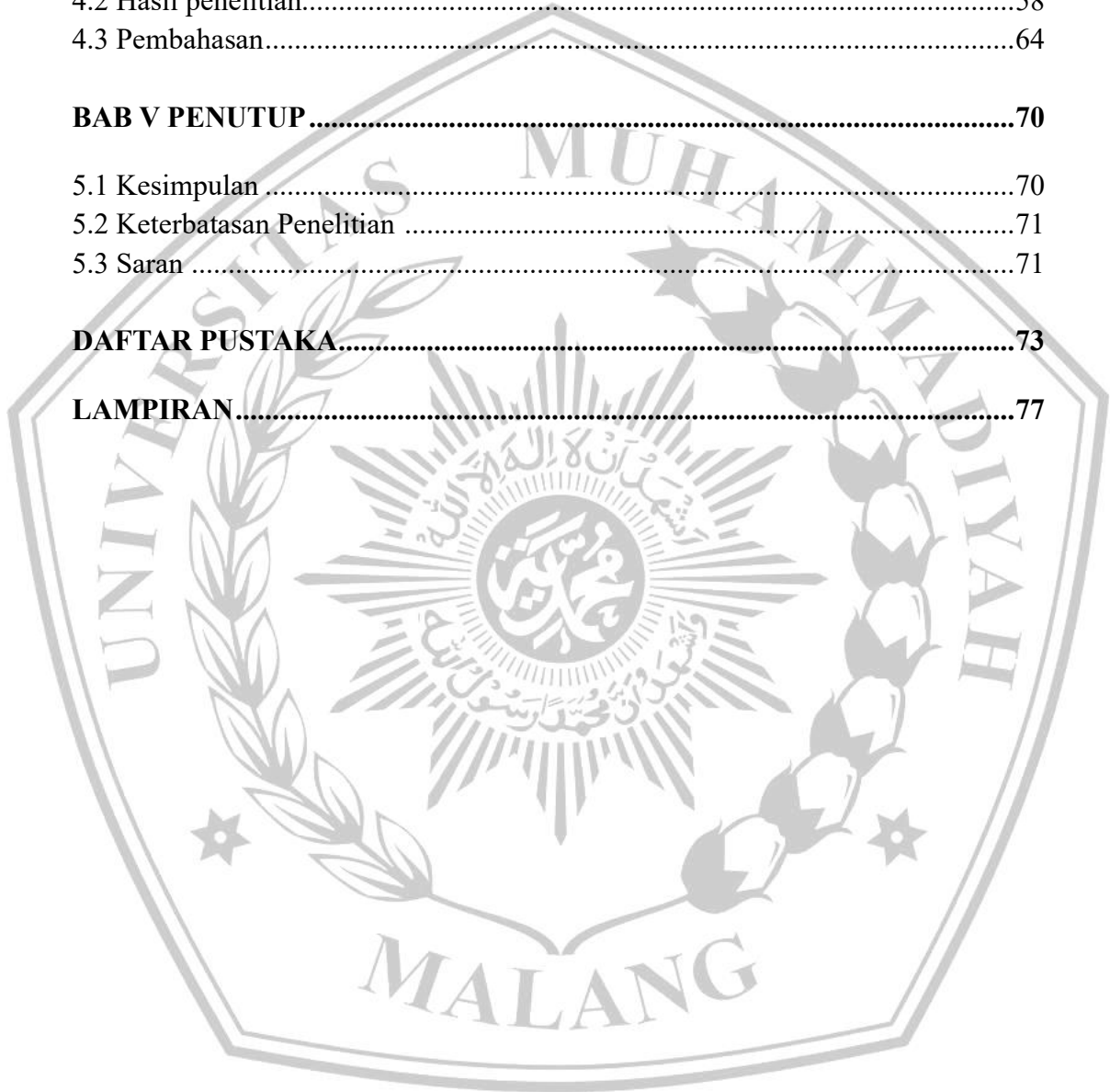
Malang, 21 Juni 2025

Nizar Revi Amelia Sandy

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1 Kajian Teori.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Berpikir.....	33
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Lokasi Penelitian.....	37
3.2 Jenis dan Desain Penelitian.....	37
3.3 Populasi, Sampel dan Sampling.....	37
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	40
3.5 Sumber Data.....	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.7 Alat Pengukuran Data .....	44

3.8 Uji Instrumen Penelitian .....	44
3.9 Teknik Analisis Data .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	55
4.2 Hasil penelitian.....	58
4.3 Pembahasan.....	64
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	71
5.3 Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	33

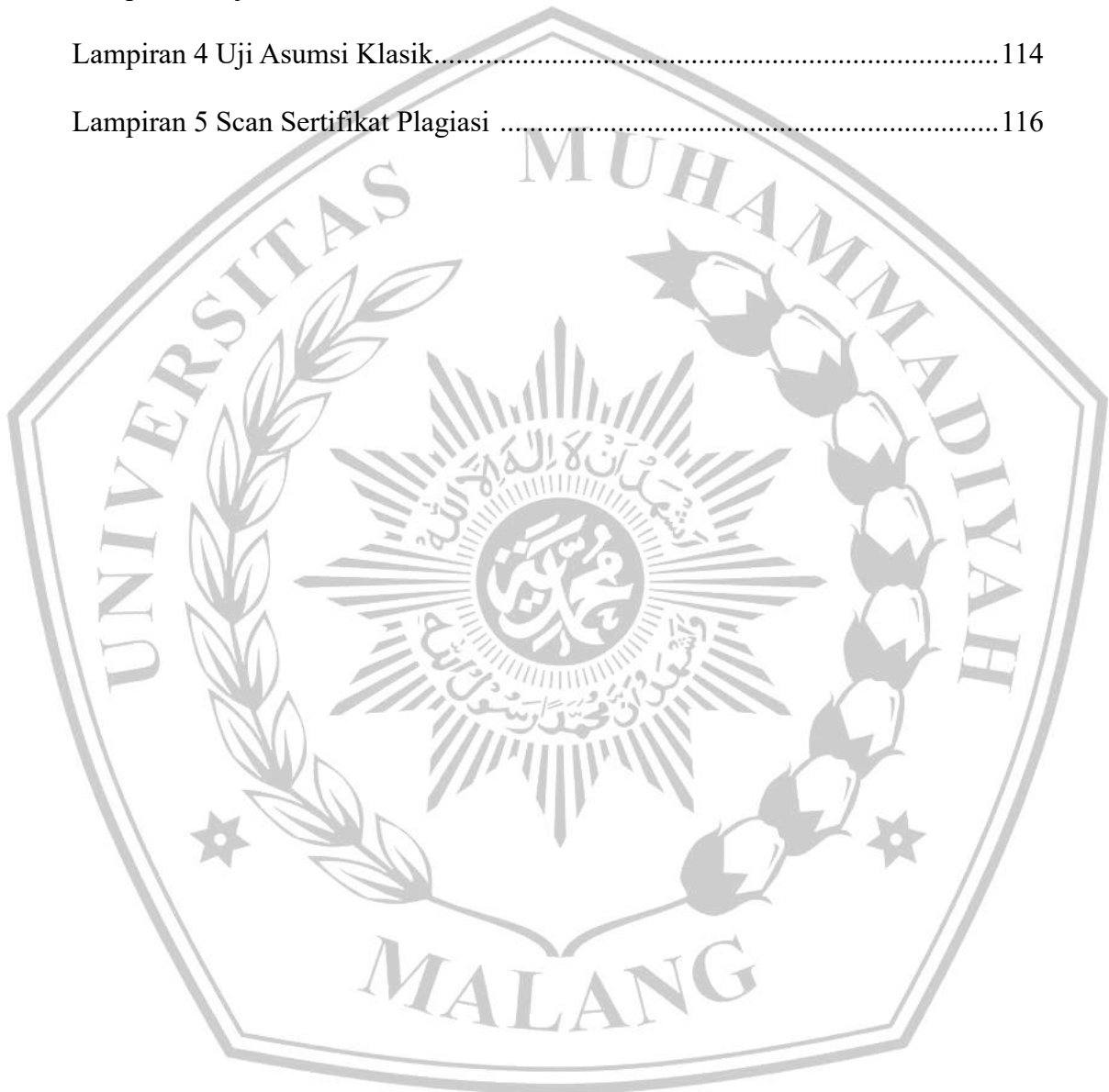


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Restoran Pizza di Kota Malang.....	3
Tabel 1.2 Penjualan Pizza Hut Tahun 2019-2024 .....	4
Tabel 1.3 Jumlah Karyawan Pizza Hut Tahun 2019-2024 .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	40
Tabel 3.2 Skala Likert .....	44
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas .....	46
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	55
Tabel 4.2 Usia Responden.....	56
Tabel 4.3 Pendidikan Responden .....	56
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden .....	57
Tabel 4.5 Pendapatan/ Uang Saku Responden.....	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji t Parsial.....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuosioner Penelitian.....	77
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	83
Lampiran 3 Uji Instrumen.....	110
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	114
Lampiran 5 Scan Sertifikat Plagiasi .....	116



## DAFTAR PUSTAKA

1. Fiansyah R. Pizza Hut (PZZA) Ungkap Penyebab Penjualan Turun di 2024. Diakses pada 18 November 2024; Available from: <https://www.idxchannel.com/market-news/pizza-hut-pzza-ungkap-penyebab-penjualan-turun-di-2024>.
2. Susul KFC, Pizza Hut Indonesia Tutup Puluhan Gerai dan PHK Karyawan. Diakses pada 19 November 2024; Available from: <https://www.tempo.co/ekonomi/susul-kfc-pizza-hut-indonesia-tutup-puluhan-gerai-dan-phk-karyawan-1170423>.
3. Febriani Intan D, Surono. P. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cheese Chicken Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 2022;11(1):831–9.
4. Wardani I, Dermawan R. Pengaruh Brand Image, Korean Wave, Fanatisme dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*. 2023;7(2):1114.
5. Rumaidlany D, Mariam S, Ramli AH. Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mc Donald'S Di Palmerah Jakarta Barat. *Jurnal Lentera Bisnis*. 2022;11(2):102.
6. Yunita E. Fuadilah Habib MA. Pengaruh Inovasi Produk , Persepsi Harga , dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Samchick Sambi. *Maslahah Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*. 2024;2(2).
7. Julianingsih R, Rommy N, Sukotjo E, Madi RA, Ittaqullah N. Pengaruh food quality, service quality, dan brand image terhadap keputusan pembelian pada mcdonald's di kota kendari 1. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 2024;16(2):110–23.
8. Salsabila A, Maskur A. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business [Internet]*. 2022;5(1):156–67. Available from: <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1902>
9. Rijqi VA, Mulyono J. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ArabicKebab Cikarang Bekasi. *Jurnal Mirai Management*. 2023;8(2):176–89.
10. Safitri A, Santoso AB. Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi pada Konsumen

- McDonald ' s Ngaliyan Semarang ). SEIKO : Journal of Management & Business. 2023;6(1):33–45.
11. Mustafida A. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Richeese Factory Manyar Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen [Internet]. 2020;11(5):1–19. Available from: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4570/4568>
  12. Kotler P, Kelller LK, Chernev A. Marketing Management. Pearson. 2022. 1–607 p.
  13. Hartiti Z, Asmeri R, Afrizoni H. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery Siteba Padang. Jurnal Matua. 2022;4(3):467–78.
  14. Kawengian I, Tampi J.R.E , Punuindoong A.Y. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pizza Hut di Outlet Kota Bitung . Productivity. 2022;3(4):2450–66.
  15. Yuliana S, Maskur A. Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati). SEIKO : Journal of Management & Business. 2022;5(c):559–73.
  16. Albar D.N, Iriani S.S. Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Domino'S Pizza Deltasari Sidoarjo). SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan. 2022;1(5):717–36.
  17. Hidayati N. Menguji Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kfc Cabang Solo. Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen Malahayati. 2022;11(2):12–21.
  18. Ramdhani B, Nainggolan B.M.H. Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di Richeese Factory Kemang Jakarta Selatan. SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi. 2022;1(3):321–40.
  19. Keller LK. Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow. Vol. 5, Journal of Brand Management. 2013. 187 p.
  20. Amalia IK, Maskur A. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal). Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah. 2023;6(1):166–72.

21. Pinaraswati SO, Farida I. Analisis Keputusan Pembelian Fastfood Berdasarkan Kualitas Layanan, Harga Dan Kualitas Produk Di Masa Pandemi. *Jurnal Eksekutif*. 2022;18(2):268–78.
22. Parasuraman A, Zeithaml AV, Berry LL. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Optical flip-flop. Electronics Letters*. 1985;21(6):236–8.
23. Septiawan I, Suhe M.N, Riris R. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Domino'S Pizza. *Jurnal Sains Manajemen [Internet]*. 2023;5(2):106–13. Available from: google scholar
24. Harwani Y, Fauziah F. Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Makanan Cepat Saji Ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Iklan. *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*. 2020;2(3):285–91.
25. Safitri D, Tobing FBNL, Natalina C. The Influence Of Price, Product Quality, Service Quality On The Purchase Decision Of Karen's Diner Fast Food (Case Study On Karen's Diner South Jakarta Customers Fundamental Management Journal 2023;9816(2).
26. Alimansyah N, Krisnawati D, Utomo FC. Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Burger King Jatiasih. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 2022;10(1).
27. Sugiyono D. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. 2010.
28. Pratiwi AE, Purwanto H, Sidanti H. Pengaruh Halal Awareness Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Simba Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*. 2022;(September).
29. Adwimurti Y, Sumarhadi S. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 2023;3(1):74–90.
30. Lukman HJ. Analisis Service Quality (Kualitas Pelayanan) pada Kedai Mie 250 Gwalk Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran [Internet]*. 2020; Available from: <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10955>
31. Amalia CN, Rokhman N. Analisis Pengaruh Experiential Marketing Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Outlet Ayam Geprek Cip-Cip. *Journal*

Economic, Business, Accounting and Management. 2024;2(2):225–46.

32. Sahir SH. Metodologi Penelitian. Penerbit KBM Indonesia. 2022.



## Scan Sertifikat Plagiasi

