

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Pizza Hut di Kota Malang)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

MITHA ZAHNIAH YAHYA

201710160311421

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen Pizza Hut di Kota Malang)**

Oleh :

Mitha Zhanniah Yahya

201710160311421

Diterima dan disetujui
pada tanggal 18 November 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.

Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Pizza Hut di Kota Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Mitha Zhanniah Yahya

NIM : 201710160311421

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 November 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.

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

Penguji III : Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.

Penguji IV : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Yuh Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

1.

2.

3.

4.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Mitha Zhahniah Yahya
NIM : 201710160311421
Program studi : Manajemen
Surel : mithazahniay@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 merupakan 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 apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 24 November 2023

Yang Membuat Pernyataan,



(Mitha Zhahniah Yahya)

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Pizza Hut di Kota Malang)**

Mitha Zhahniah Yahya

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jalan Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
Email: mithazahniay@gmail.com

ABSTRAK

Studi berikut dilaksanakan guna mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen pizza hut di kota Malang. Populasi dari studi berikut merupakan keseluruhan dari konsumen yang membeli produk pizza hut di kota Malang. Metode pengumpulan data memanfaatkan kuesioner sebanyak 120 responden. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), rentang skala, pengujian asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi), koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji T dan uji F). Temuan dari studi berikut mengemukakan bahwasanya citra merek mempengaruhi keputusan pembelian. Harga mempengaruhi keputusan pembelian. Citra merek dan harga mempengaruhi secara simultan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRICE ON PURCHASE
DECISION
(A Study on Pizza Hut Consumers in Malang City)**

Mitha Zhahniah Yahya

Management Study Program
Faculty of Economics and Business
University Muhammadiyah of Malang, 246 Tlogomas Road, Malang, East Java
Email: mithazahniay@gmail.com

ABSTRACT

This research aimed to investigate the impact of brand perception and pricing on the purchasing choices of Pizza Hut customers in the city of Malang. The research encompassed all consumers purchasing Pizza Hut products in Malang. Data was gathered through a survey conducted with 120 respondents. The analysis involved various techniques, including instrument validation (validity and reliability assessments), scale measurement, classic assumption testing (normality, multicollinearity, heteroscedasticity, autocorrelation), determination coefficient calculation, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (T-test and F-test). The findings indicate that brand image affects purchasing decisions. Price affects purchasing decisions. Brand image and price simultaneously affects purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Price, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Pizza Hut di Kota Malang)”, terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Malang)” ini sesuai waktu yang telah ditentukan. Shalawat serta salam tetap tercurah pada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa ajaran tauhid dan keutamaan budi pekerti. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya.

Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Fauzan, M.pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Rahmad Wijaya S.E., M.M. selaku pembimbing I yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan

pengarahan dengan penuh keikhlasan, ketulusan dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Chalimatuz Sa'diyah S.E., M.M. selaku pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh keikhlasan, ketulusan dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Manajemen FEB UMM yang memberikan ilmu, materi perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah untuk menempuh gelar Sarjana Manajemen.
7. Kedua Orang tua tercinta Alm. Ayahanda Yahya dan Ibunda Mutik yang telah membimbing dari kecil hingga dewasa dan tiada hentinya memberikan doa, motivasi, semangat dan selalu memberikan dukungan sehingga bisa terselesaikan skripsi ini.
8. Sahabat saya Jane, Noviyana, Dela, dan Fhika yang selalu setia memberikan semangat, motivasi, perhatian, dan menjadi tempat keluh kesah sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
9. Terimakasih kepada keluarga besar Manajemen H 2017 atas kenangan dan kerjasama selama kuliah dan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak ditulis dan disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis percaya bahwa budi baik yang mendorong serta kerjasama yang telah penulis terima dari Bapak/Ibu/Saudara/i pasti akan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Akhirnya penulis sangat berharap semoga tulisan ini memiliki banyak manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, 7 November 2023

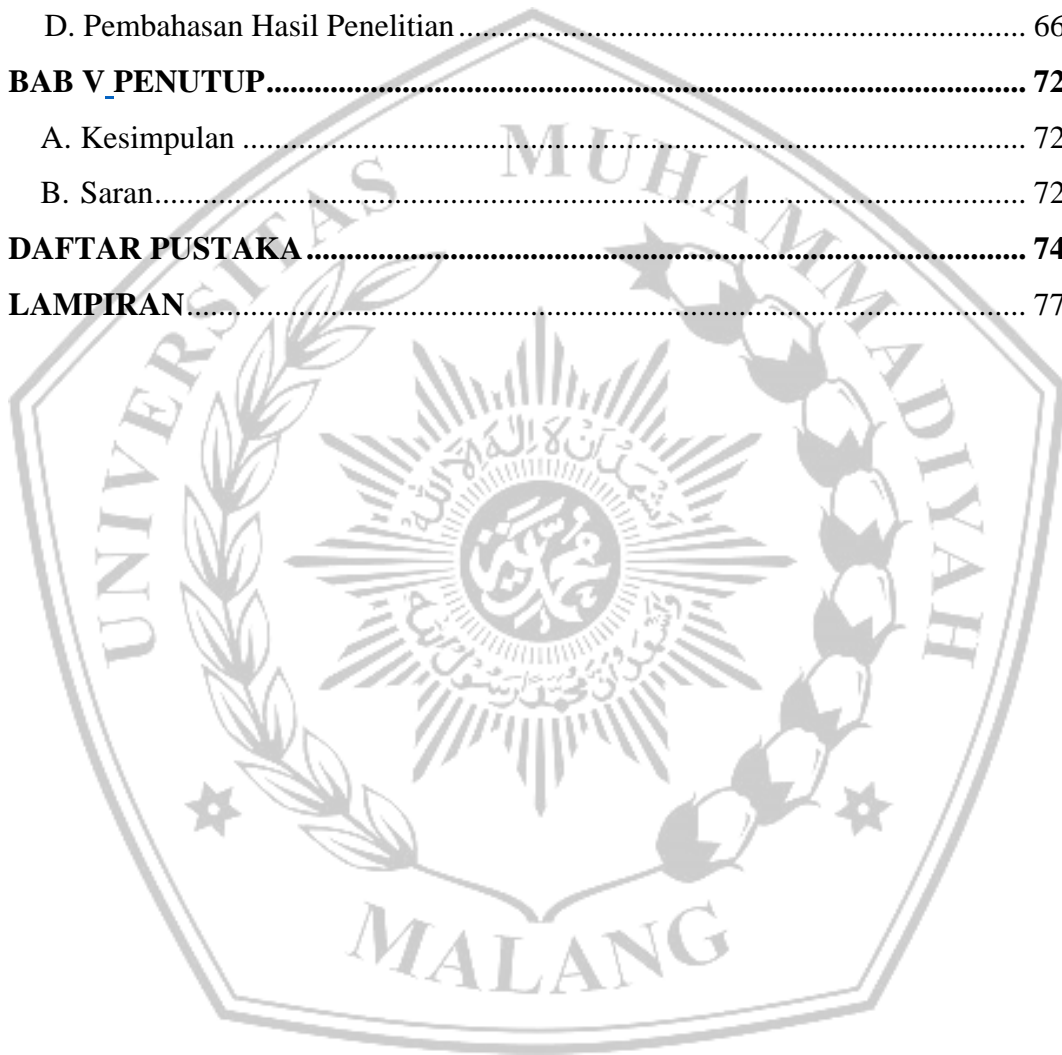
Mitha Zhahniah Yahya



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Masalah	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Landasan Teori.....	19
C. Kerangka Pikir Penelitian	29
D. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
B. Jenis Penelitian.....	34
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	34
D. Definisi Operasional Variabel.....	35
E. Sumber Data.....	36
F. Teknik Pengumpulan Data	36
G. Alat Pengukuran Data	37

H. Uji Instrumen Penelitian	37
I. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Karakteristik Responden.....	46
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	48
C. Teknik Analisi Data	51
D. Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Restoran Pizza di Kota Malang.....	3
Tabel 1.2 Top Bran Index Restoran Pizza 2021	4
Tabel 1.3 Data Penjualan Pizza Hut.....	5
Tabel 1.4 Pesaing Pizza Hut di Kota Malang	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2 Skala Likert.....	37
Tabel 3.3 Rentang Skala dan Pengukuran Variabel.....	40
Tabel 3.4 Hipotesis Uji t.....	44
Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.4 Jawaban Item Citra Merek	51
Tabel 4.5 Jawaban Item Harga.....	54
Tabel 4.6 Jawaban Item Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas.....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	20
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden.....	79
Lampiran 3. Hasil SPSS.....	84
Lampiran 4. Tabel Durbin-Watson	91
Lampiran 5. Hasil Plagiasi	92



DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, M. R., & Cahyono, K. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Burger KingJemursari. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–16.
- Ali, M., Waluyo, H., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pemebelian.*Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 2(2), 106427.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Camelia, S. B., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran Dâ€™™Cost Seafood Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1Undip*, 6(3), 426–432.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hatta, I. H., Rachbini, W., & Parenrengi, S. (2018). Analysis of product innovation, product quality, promotion, and price, and purchase decisions.*South East Asia Journal of Contemporary Business*, 16(5), 183–189.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Ikhtiasari, S. D. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory. *Jurnal Ilmu Dan RisetManajemen*, 8(7), 1–16.
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mixand Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165. <https://doi.org/10.26858/pdr.v1i1.13409>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 12, Issue01). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ancarani, F. G., & Costabile, M. (2015). *Principi dimarketing*. Pearson Italia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Marketing strategy: A Problem Solve by Marketer*. New York: Prentice Hall.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Jakarta: Erlangga.
- Rizki, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Konsumen Matahari Department Store Mall Ska Pekanbaru). *Jom Fisip*, 5, 1–12.
- Rondonuwu, P. D. (2013). Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *1(4)*, 718–728.
- Sabrina, N. A. P., E, E., & Nugraha, A. T. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Di Jakarta Barat. *Agribusiness Journal*, 12(2), 148–156. <https://doi.org/10.15408/aj.v12i2.11865>
- Sarimelatikencana.co.id. (2021). *Laporan Keuangan Pizza Hut 2021*. http://www.sarimelatikencana.co.id/images/annual_report2/file-1-4.pdf
- Segoro, W., & Nurlita, D. (2021). The Effect Of Quality Product, Brand Image, And Price Towards A Purchase Decision Of J.Co Donuts & Coffee In Tangerang. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1702–1704. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.339>
- Senduk, I. F. A., Tulung, J. E., & Arie, F. V. (2021). *The Effect Of Brand Image , Price Perception , And Promotion On Purchase Decision At Pizza Hut In Manado*. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1134–1143.
- Stepen, C. S., Yusuf, H. F., & Edi, B. Q. R. (2021). The Effect Of Product Quality And Brand Image On Customer Loyalty Through Consumer Satisfaction Of Nelongso Chicken Restaurant Jember Branch. ... : *International Journal of* ... , 3, 56–68. <http://jurnal.stie-mandala.ac.id/index.php/abm/article/view/505>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumba, V. V. P., Mandey, S. L., & Strategi, R. J. J. (2020). Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pizza Hut Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 586–595. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/28011>

- Suprpti, W. (2010). *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar Dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Udayana University Press.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (2nd ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran. Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Weenas, J. R. S. (2013). *Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*. 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>



PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Pizza Hut di Kota Malang)

ORIGINALITY REPORT

15%	8%	2%	10%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Keimyung University Student Paper	6%
2	eprints.umm.ac.id Internet Source	3%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	2%
4	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	2%
5	repository.stp-bandung.ac.id Internet Source	2%
6	spmi.stimsukmamedan.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%