

PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MCDONALD'S

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperolah Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : S1 Manajemen**



**Disusun Oleh :
Yohanes Diliano M.A.
19022000199**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

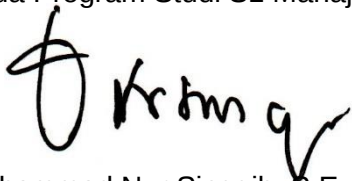
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yohanes Diliano M.A.
Nomor Pokok : 19022000199
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan
Pelanggan McDonald's

Malang, 21 Februari 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi S1 Manajemen



(Mohammad Nur Singgih, S.E., M.M.)

Dosen Pembimbing



(Drs. Nirwana, M.M.)



Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Dr. RUDY WAHYONO., M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan McDonald's

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Yohanes Diliano M.A

19022000199

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 23 Februari 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

(Drs. Nirwana, M.M)

Sekretaris Penguji

(Dra. Diah Widiawati, MM)

Anggota Penguji

(Prof. DR. Widji Astuti, MM,CPMA)

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 23 Februari 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang



Dr. Rudy Wahyono., M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Yohanes Diliano M.A

NIM : 19022000199

Program Studi : S1 Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran.

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap
Kepuasan Pelanggan McDonald's

Lokasi yang Diteliti : Universitas Merdeka Malang

Alamat Rumah Asli : Perumahan Citra Asri blok I no 24 Sidodadi Kecamatan
Lawang Kabupaten Malang

No. Telp : 081939129128

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 21 Februari 2023

Peneliti,



Yohanes Diliano M.A

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : YOHANES DILIANO M.A

Nomor Pokok : 19022000199

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Tempat dan Tgl Lahir : Malang, 30 Januari 2001

Alamat : Malang – Jawa Timur

Nama Orang Tua (Ayah) : Fitalis Ma

(Ibu) : Puji Asri

Riwayat Pendidikan : 2007 – 2013 : SDK SANTO FRASISCUS
LAWANG

2013 – 2016 : SMPK BUDI MULIA LAWANG

2016 – 2019 : SMAK COR JESU MALANG

2019 – 2023 : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang maha esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MCDONALD’S” dengan baik dan lancar. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Merdeka Malang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak, Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Rudy Wahyono., Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Mohamad Nur Singgih, SE., MM selaku ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Drs. Nirwana, M.M_ selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, membantu, dan mendukung penulis dari awal hingga terselesainya skripsi ini.
4. Seluruh dosen S1 Manajemen Universitas Merdeka Malang yang telah memberikan bekal ilmu dan motivasi selama perkuliahan.
5. Kepada orang tua, Kakek dan Nenek, serta sanak saudara dan keluarga semua yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan nasehat yang bermanfaat kepada penulis.

6. Sahabat - sahabat penulis Haqi, Yana, Novendra, Nanda, Bilal, Renata yang selalu memberikan motivasi dan doanya.

7. Teman dan Saudara Jere, Ichsan, Zidan, Haqi, , Stevanus, Dicky, Ariel, Katon, Jonatan, Danes, Ivan, Willy yang selalu memberikan dukungan serta memberi banyak kenangan dalam menghabiskan waktu bersama.

8. Rekan – rekan Angkatan 2019 yang selalu menjadi teman seperjuangan dan teman diskusi selama berproses di Universitas Merdeka Malang.

Terima kasih untuk dukungan serta kebersamaan selama ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang melalui caranya masing – masing telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam Skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan serta masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan Tugas Akhir Skripsi ini. Penulis berharap semoga Tugas Akhir Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang terkait.

Malang, 21 Februari 2023

Penulis

Yohanes Diliano M.A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. Pemasaran	11
2. Manajemen Pemasaran	11
3. Bauran Masyarakat	12
4. Merek	13
5. Pengertian Citra Merek	14
6. Indikator Citra Merek	15

7. Pengertian Harga	16
8. Tujuan Penetapan Harga	17
9. Indikator Harga.....	18
10. Strategi Keputusan Pelanggan	18
11. Pengertian Kepuasan Pelanggan	19
12. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	19
13. Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan	20
14. Hubungan Harga dengan Kepuasan Pelanggan.....	20
15. Hubungan Citra Merek dan Harga Kepuasan Pelanggan	20
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Konseptual Variabel	24
D. Pengembangan Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Metode Penelitian	26
B. Lingkup Penelitian	27
C. Lokasi Penelitian	27
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	27
E. Jenis dan Sumber Data.....	28
F. Teknik Pengumpulan Data	29
G. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	36
A. Hasil Penelitian.....	36
B. Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
C. Keterbatasan Penelitian	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62

LAMPIRAN.....	64
---------------	----

DAFTAR TABEL

Table 1 Top Brand Index	4
Table 2 Penelitian Terdahulu	21
Table 3 Definisi Oprasional Variabel	26
Table 4 Pemberian Skor Jawaban Kuesioner	29
Table 5 Jenis Kelamin	38
Table 6 Usia responden.....	38
Table 7 Uang saku perbulan.....	39
Table 8 Distribusi Jawaban Responden Pengaruh Citra Merek	40
Table 9 Distribusi Jawaban Responden Pengaruh Harga.....	43
Table 10 Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan	46
Table 11 Hasil Uji Validitas	50
Table 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Table 13 Hasil Pengujiani Normalitas Data	52
Table 14 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Table 15 Uji Hipotesis	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.Kuesioner.....	66
Lampiran 2 Daftar Harga Menu.....	69
Lampiran 3 Rekap Data Variabel Citra Merek (X1)	74
Lampiran 4 Rekap Data Variabel Harga (X2).....	78
Lampiran 5 Rekap Data Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	82
Lampiran 6 Karakteristik responden berdasarkan jenis Kelamin	86
Lampiran 7 Karakteristik responden berdasarkan usia	86
Lampiran 8 Karakteristik berdasarkan uang saku perbulan.....	86
Lampiran 9 Hasil Uji Statistik Deskriptif)	87
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas	89
Lampiran 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	92
Lampiran 12 Uji Normalitas.....	93
Lampiran 13 Uji Heteroskedastitas.....	94
Lampiran 14 Uji Hasil Uji Multikolonieritas	95
Lampiran 15 Hasil Regresi Linier Berganda.....	95
Lampiran 16 Hasil Uji T.....	96
Lampiran 17 Hasil Uji F.....	96
Lampiran 18 Hasil Uji Determinasi.....	96
Lampiran 19 Berita Acara Bimbingan.....	97
Lampiran 20 Perbaikan Skripsi	98

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap kepuasan pelanggan McDonald's dengan kuisioner dan dibagikan kepada responden melalui google form dengan skala likert 1-5 dengan jumlah 18 item pernyataan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi S1 Manajemen Angkatan 2019 universitas Merdeka malang. Teknik pengambilan sampel yakni sempel sampling jenuh atau sensus dengan menggunakan 55 responden yaitu konsumen yang sudah melakukan pembelian McDonald's. Setelah data terkumpul kemudian melakukan teknik analisis data. Teknik analisis data memakai regresi linier berganda melalui bantuan SPSS 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya variabel Citra Merek (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan McDonald's berdasarkan hasil uji t. Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan McDonald's. Melalui hasil uji F dengan memanfaatkan aplikasi SPSS 22 menunjukkan bahwa secara simultan atau bersamaan terdapat pengaruh citra merek dan harga yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan McDonald's. Dan Variabel harga berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan McDonald's.

Kata kunci: *Citra merek, harga, kepuasan pelanggan, McDonald's*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image and price on McDonald's customer satisfaction with a questionnaire and distributed to respondents via Google form with a Likert scale of 1-5 with a total of 18 statement items. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business Management Study Program Class of 2019, Merdeka University, Malang. The sampling technique is saturated sampling or census using 55 respondents, namely consumers who have purchased McDonald's. After the data is collected then perform data analysis techniques. The data analysis technique uses multiple linear regression with the help of SPSS 22. The results of this study indicate that the Brand Image variable (X1) has a positive and significant effect on McDonald's customer satisfaction based on the results of the t-test. Price (X2) has a positive and significant effect on McDonald's customer satisfaction. Through the results of the F test by utilizing the SPSS 22 application, it shows that simultaneously or simultaneously there is a significant effect of herec image and price on McDonald's Customer Satisfaction. And the price variable has a dominant effect on McDonald's customer satisfaction.

Keywords: Brand image, price, customer satisfaction, McDonald's