

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP
PURCHASE INTENTION PADA PT
*FAST FOOD KENTUCKY
FRIED CHICKEN* (KFC)
PROBOLINGGO**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

FITRIA ESA SEKAR PALUPI

NIM : 186410029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PANCA MARGA
2022**

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat terselesaikan karya yang merupakan bagian dari perjalanan hidup ini. Sholawat serta salam semoga tercurahkan pada junjungan nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita menuju jalan yang terang di muka bumi ini.

Karya ilmiah ini melewati beberapa macam proses untuk dapat terselesaikan dengan sempurna, berkat do'a dari orang-orang tercinta dan kesehatan serta rahmat yang diberikan oleh Allah SWT, maka karya ilmiah ini dapat diselesaikan.

Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, karya ini kupersembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Bogiming Rustanto dan Ibu Sri Hariyanti yang telah memberikan do'a, dukungan, serta kasih sayang yang tiada henti.
2. Kepada adik saya Zahra Bintang Kirana yang telah memberikan semangat, do'a dengan penuh kasih sayang.
3. Kepada dosen pembimbing utama Bapak Prof. Dr. Ir. H. R. Abdul Haris, M.M. dan dosen pembimbing anggota Ibu Yekti Rahajeng , S.E., M.M. terimakasih atas kesabarannya dalam membimbing saya.
4. Almamater Universitas Panca Marga Probolinggo yang kubanggakan.
5. Kepada *Pt. Fast Food Kentucky Friend Chicken* (KFC) Probolinggo yang telah membantu saya dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
6. Serta teman-teman saya terutama Nurul,Dona Dan Dinda serta lainnya yang selalu membantu dan memberikan semangat.

CURICULUM VITAE

Nama : Fitria Esa Sekar Palupi

Tempat Dan Tanggal Lahir : Klaten, 19 Mei 200

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Jl. Slamet Riyadi Rt 002 Rw 005, Kanigaran,
Kec. Kanigaran, Kota Probolinggo

Nama Orang Tua : Bogiming Rustanto dan Sri Hariyanti

Pekerjaan Orang Tua : Pegawai Swasta

Riwayat Pendidikan : 1. SDN Ketapang I berijazah tahun 2012
2. SMPN 2 Kota Probolinggo berijazah tahun 2015
3. SMAN 4 Kota Probolinggo berijazah tahun 2018

Riwayat Pekerjaan : *Retail Assitant* Elzatta Hijab Probolinggo 2022

Hasil Karya Ilmiah : 1. Tahun 2021 Kuliah Kerja Di Dinas Lingkungan Hidup Kota Probolinggo Dengan “ Peran Bank Sampah Dalam Pengelolaan Sampah Di UPTD PSL Dinas Lingkungan Hidup Kota Probolinggo”.

2. Tahun 2022 Penelitian di KFC Probolinggo Dengan Judul “Pengaruh *Brand Image*, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Purchase Intention* Pada *PT. Fast Food Kentucky Fried Chicken (KFC)* Probolinggo”.



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Purchase Intention* Pada *PT. Fast Food Kentucky Fried Chicken (KFC) Probolinggo*”**.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas-tugas dan syarat-syarat akademis di Fakultas Ekonomi. Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu pembuatan skripsi ini, adapun pihak-pihak tersebut adalah :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. R. Abdul Haris, M.M. selaku Rektor Universitas Panca Marga Probolinggo yang telah memberikan izin dalam proses penulisan skripsi ini.
2. Ibu Khusnik Hudzafidah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo.
3. Bapak Muhammad Syarif Hidayatullah Elmas, S.E., M.M selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo, atas saran dan masukannya.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. H. R. Abdul Haris, M.M. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ibu Yekti Rahajeng, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo, yang telah mendidik dan mengajari penulis sehingga memiliki ilmu yang berguna untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Arif Muktito selaku Manajer KFC Kota Probolinggo yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Kedua Orang Tuaku Bapak Bogiming Rustanto dan Ibu Sri Hariyanti dan yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril maupun materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Dan saya sendiri yang telah berjuang dan bekerja keras dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Semua teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Peneliti berharap agar penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya, dan juga bagi KFC Kota Probolinggo pada khususnya, serta perusahaan lain yang sejenis.

Apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan, kritik dan saran yang membangun diharapkan untuk pembelajaran bagi penulisan selanjutnya.

Probolinggo, 29 Agustus 2022

Penulis

FITRIA ESA SEKAR PALUPI
NIM : 186410029

DAFTAR ISI

Daftar Isi	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Laporan	6
1.4.1 Tujuan Laporan	7
1.4.2 Manfaat Laporan.....	7
1.5 Asumsi Penelitian	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	9
2.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	9
2.1.2 Indikator <i>Brand Image</i>	10
2.2 Harga	10
2.2.1 Pengertian Harga.....	11
2.2.2 Indikator Harga	11
2.3 Kualitas Pelayanan.....	1
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	14
2.4 <i>Purchase Intention</i>	14
2.4.1 Pengertian <i>Purchase Intention</i>	14
2.4.2 Indikator <i>Purchase Intention</i>	15
2.5 Hubungan Antara Variabel.....	15
2.6 Penelitian Terdahulu.....	17
2.7. Kerangka Berfikir	23
2.7.1.Pengertian Kerangka Berfikir	23
2.7.2 Hipotesis Penelitian	25
BAB III : Metode Penelitian	26
3.1 Jenis Penelitian	26

3.1.2	Definisi Operasional Variabel	26
3.1.3	Instrumen Data	25
3.2	Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1	Pegertian Populasi	29
3.2.2	PengertianSampel	30
3.3.	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	31
3.3.1	Sumber Data	31
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	31
3.4	Metode Analisis Data	32
3.4.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	33
3.4.1.1	Uji Validitas	33
3.4.1.2	Uji Reliabilitas	34
3.4.2	Uji Asumsi Klasik	34
3.4.3	Analisis Regresi Berganda.....	37
3.4.4	Koefisien Determinasi	38
3.4.5	Pengujian Hipotesis	39
3.4.5.1	Uji Parsial (Uji t)	39
3.4.5.2	Vaiabel Dominan	39
BAB IV	: Hasil Penelitian Dan Pembahasan	41
4.1	Hasil Penelitian.....	41
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.2	Deskripsi Responden	44
4.1.3	Deskripsi Penilaian Responden	45
4.2	Analisis Data	47
4.2.1	Uji Validitas Dan Reabilitas	47
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	49
4.2.3	Analisis Regresi Berganda	53
4.2.4	Koefesien Determinasi	55
4.2.5	Uji Hipotesis.....	55
4.3	Pembahasan	57
4.4	Kerangka Berpikir	59
BAB V	: Kesimpulan Dan Saran	60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		64

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1 : Data Konsumen.....	3
Tabel 2 : Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3 : Definisi Operasional Tabel	27
Tabel 4 : Kriteria Pengujian Validitas	33
Tabel 5 : Kriteria Pengujian Realibilitas	34
Tabel 6 : Kriteria Pengujian Normalitas	35
Tabel 7 : Kriteria Pengujian Multikoloneritas	36
Tabel 8 : Data Responden Berdasarkan Kelamin	44
Tabel 9 : Data Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 10: Data Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i>	45
Tabel 11: Data Frekuensi Variabel Harga	46
Tabel 12: Data Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan	47
Tabel 13: Hasil Uji Validitas Instrumen	48
Tabel 14: Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 15: Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 16: Hasil Uji Multikolineritas	51
Tabel 17: Hasil Uji Multikolineritas	51
Tabel 17: Hasil Uji Autokorelasi	52
Tabel 18: Hasil Uji Scatterplot.....	53
Tabel 18: Analisis Regresi Berganda.....	54
Tabel 19: Koefesien Determinasi.....	55
Tabel 20: Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	56
Tabel 21: Hasil Uji Dominan	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1 : Kerangka Berfikir.....	23
Gambar 2 : Hasil Kerangka Berfikir	59

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh *brand image*, harga dan kualitas pelayanan terhadap *purchase intention* pada Pt Fast Food Indonesia TBK (KFC) Probolinggo. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pengunjung pada Pt Fast Food Indonesia TBK (KFC) Probolinggo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Deskriptif kuantitatif Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *accidental sampling* dengan melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 100 pada pegawai Pt Fast Food Indonesia TBK (KFC) Probolinggo. Teknik analisa yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, termasuk uji koefisien determinasi, koefisien korelasi ganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji secara parsial (uji T). Hasil penelitian, uji koefisien determinasi (R²) sebesar sebesar 0,416 (41,6%) . Hal ini berarti 39,3%. variabel dependen *purchase intention* dipengaruhi oleh variabel independen *brand image*, harga dan kualitas pelayanan Sedangkan sisanya 58,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Berdasarkan uji T di dapatkan nilai probabilitas *brand image* sig. 0,53 < 0,05 yang berarti bahwa tidak signifikan (X1) dan nilai probabilitas harga sig. 0,00 < 0,05 (X2) yang berarti bahwa terjadi signifikan dan nilai probabilitas kualitas pelayanan sig. 0,32 < 0,05 (X3) yang berarti bahwa terjadi signifikan terhadap *purchase intention* (Y). Simpulan, *brand image*, harga dan kualitas pelayanan terhadap *purchase intention* berpengaruh terhadap *purchase intention*.

Kata kunci : *brand image*, harga dan kualitas pelayanan.

Abstract

The purpose of this study was to measure the effect of brand image, price and service quality on purchase intention at Pt Fast Food Indonesia TBK (KFC) Probolinggo. The population in this study were consumers or visitors at Pt Fast Food Indonesia TBK (KFC) Probolinggo. The research method used is descriptive quantitative method. The sample used in this study is using the accidental sampling method by distributing 100 questionnaires to employees of Pt Fast Food Indonesia TBK (KFC) Probolinggo. The analysis technique used is validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, including coefficient of determination test, multiple correlation coefficient and hypothesis testing using partial test (T test). The results of the study, the coefficient of determination (R²) was 0.416 (41.6%) . This means 39.3%. the dependent variable of purchase intention is influenced by the independent variables of brand image, price and quality of service, while the remaining 58.4% is influenced by other variables not included in this study. Based on the T test, the probability value of brand image sig is obtained. $0.53 < 0.05$ which means that it is not significant (X1) and the probability value of the price is sig. $0.00 < 0.05$ (X2) which means that it is significant and the probability value of service quality is sig. $0.32 < 0.05$ (X3) which means that there is a significant occurrence of purchase intention (Y). In conclusion, brand image, price and quality of service on purchase intention affect purchase intention.

Keywords : *brand image, price and quality of service.*