

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamiin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: "Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di KFC Gajah Mada Sidoarjo".

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Marianus Subandowo, M.S. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
2. Bapak Drs. Teguh Purwanto, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
4. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kepada kedua orang tuaku dan keluarga yang terus *mensupport* dan memberikan do'a yang tiada hentinya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada diriku sendiri Susi Susanti yang selalu berusaha dan berdo'a kepada Allah SWT, selalu meminta dipermudah dan dilancarkan untuk mengerjakan skripsi.
7. Terimakasih untuk teman-teman yang sudah banyak membantu khususnya Anna, Nindra, rossa, ayu, agil, nafisa, novi dan juga Susi yang telah menemaniku selama ini

memberi kenangan indah selama penyelesaian skripsi dan berada di bangku kuliah.

8. Teruntuk suamiku Henry Gunawan yang selalu memberikan semangat dengan sabar dan selalu ada untuk saya, saya mengucapkan terimakasih.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 24 Agustus 2020

Penulis

## **ABSTRAK**

Mencari hasil dari pengaruhnya Citra Merek, Inovasi Produk, Kepuasan Konsumen terhadap keputusan pembelian di KFC Cabang Gajah Mada Sidoarjo. Penelitian diambil dari seluruh konsumen yang melakukan pembelian di KFC GajahMada Sidoarjo. Metode yang di pakai *Non Probability Sampling*, teknik *Sampling Insidental*, 114 responden, di harapkan pihak manajemen KFC GajahMada Sidoarjo agar fokus dalam meningkatkan daya beli konsumen supaya tetap membeli lagi di perusahaan tersebut. Hasil uji F berkata sig  $0.000 < 0.05$  maka Citra Merek, Inovasi Produk, Kepuasan Konsumen secara bersama dipengaruhi oleh keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** citra merek, inovasi produk, kepuasan konsumen, keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

*Looking for results from the influence of Brand Image, Product Innovation, Customer Satisfaction with purchasing decisions at KFC Gajah Mada Sidoarjo. The research was taken from all consumers who made purchases at KFC Gajah Mada Sidoarjo. The method used is Non-Probability Sampling, Incidental Sampling technique, 114 respondents are expected by the KFC Gajah Mada Sidoarjo to focus on increasing the purchasing power of consumers so that they continue to buy again in the company. F-test results said  $\text{sig } 0.000 > 0.05$  then Brand Image, Product Innovation, Customer Satisfaction together are influenced by purchasing decisions.*

**Keywords:** *brand image, product innovation, customer satisfaction, purchasing decisions.*

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Berita Acara Ujian Skripsi.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Surat Pernyataan Keaslian .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Abstrak .....	vii
Abstract.....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6

### **BAB II TELAAH PUSTAKA**

2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	11
2.2.3 Citra Merek .....	12
2.2.3.1 Komponen Citra Merek.....	14
2.2.3.2 Indikator Citra Merek.....	14
2.2.4 Inovasi Produk .....	15
2.2.4.1 Prinsip-Prinsip Inovasi Produk.....	16
2.2.4.2 Indikator Inovasi Produk.....	17
2.2.5 Kepuasan Konsumen.....	17
2.2.5.1 Manfaat Kepuasan Konsumen.....	18

2.2.5.2 Indikator Kepuasan Konsumen .....	20
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	21
2.2.6.1 Dimensi Keputusan Pembelian.....	21
2.2.6.2 Indikator Keputusan Pembelian .....	22
2.2.7 Hubungan Antar Variabel .....	22
2.2.7.1 Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	22
2.2.7.2 Hubungan Inovasi dengan Keputusan Pembelian.....	23
2.2.7.3 Hubungan Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Pembelian.....	23
2.3 Kerangka Konseptual .....	24
2.4 Hipotesis.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	27
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	29
3.2.1 Populasi .....	29
3.2.2 Sampel .....	29
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	30
3.3.1 Jenis Data.....	30
3.3.2 Sumber Data .....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data .....	31
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.4.3 Lokasi.....	32
3.4.4 Waktu Penelitian.....	33
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi	
Operasional Variabel.....	33
3.5.1 Variabel Penelitian .....	33
3.5.2 Citra Merek .....	34

3.5.3 Inovasi Produk .....	34
3.5.4 Kepuasan Konsumen.....	35
3.5.5 Keputusan Pembelian.....	36
3.6 Teknik Analisis Data .....	36
3.6.1 Instrumen Pengujian Penelitian.....	36
3.6.1.1 Uji Validitas .....	36
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik .....	37
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.6.4 Pengujian Hipotesis .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Penyajian Data Penelitian .....	43
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.1.2 Visi Misi.....	45
4.2 Gambaran Umum Responden .....	46
4.2.1 Berdasarkan Umur .....	46
4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian .....	47
4.3.1 Variabel Citra Merek ( $X_1$ ).....	47
4.3.2 Variabel Inovasi Produk ( $X_2$ ).....	48
4.3.3 Variabel Kepuasan Konsumen ( $X_3$ ) .....	49
4.3.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
4.4 Analisis Data Penelitian .....	51
4.4.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	51
4.4.1.1 Uji Validitas .....	51
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	54
4.5 Pengujian Asumsi Klasik .....	55
4.5.1 Uji Normalitas Data .....	55
4.5.2 Uji Multikolieniritas .....	57
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	58
4.5.4 Uji Autokorelasi.....	59
4.5.5 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda .....	60
4.5.6 Pengujian Hipotesis .....	62

4.5.6.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	62
4.5.6.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	64
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	65
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	67
5.2 Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.3 Kerangka Konseptual .....	25
3.1 Rancangan Penelitian.....	28
4.5.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	55
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas .....	58

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman	
1.1	Jumlah Pelanggan KFC GajahMada Sidoarjo Januari-Desember 2018.....	3
3.4	Skala <i>Likert</i> .....	32
4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.3.1	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek ( $X_1$ ).....	47
4.3.2	Distribusi Frekuensi Inovasi Produk ( $X_2$ ).....	48
4.3.3	Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen ( $X_3$ ) ....	49
4.3.4	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
4.4.1.1	Uji Validitas .....	51
4.4.1.2	Uji Reliabilitas .....	54
4.5.1	Uji Normalitas .....	56
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	57
4.5.3	Uji Heterokedasitas .....	58
4.5.4	Uji Autokorelasi .....	59
4.5.5	Hasil Uji Linear Berganda.....	60
4.5.6.1	Uji t.....	62
4.5.6.2	Uji F.....	64

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan Revisi Sidang
- Lampiran 3 : Lembar Persetujuan
- Lampiran 4 : Berita Acara Ujian Proposal
- Lampiran 5 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6 : Tabulasi
- Lampiran 7 : Hasil olah SPSS