

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI KUALITAS  
PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN  
ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD  
YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF PERCEPTION OF QUALITY PRODUCT, PERCEPTION  
OF QUALITY SERVICE AND BRAND IMAGE ON REPURCHASE  
INTEREST THROUGH CONSUMERS SATISFACTION MCDONALD  
YOGYAKARTA***



Oleh:

Efania Carissa Amanna Faza

20190410010

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

**2023**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI KUALITAS  
PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN  
ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD  
YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF PERCEPTION OF QUALITY PRODUCT, PERCEPTION  
OF QUALITY SERVICE AND BRAND IMAGE ON REPURCHASE  
INTEREST THROUGH CONSUMERS SATISFACTION MCDONALD  
YOGYAKARTA***

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

Efania Carissa Amanna Faza

20190410010

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

**2023**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Efanía Carissa Amanna Faza

Nomor Mahasiswa : 20190410010

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN MCDONALD YOGYAKARTA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 23 Desember 2022



Efanía Carissa Amanna Faza

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, kesehatan, serta hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam waktu yang telah ditetapkan. Penulis mengungkapkan rasa terima kasih atas doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua penulis, yang sudah senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril maupun material, serta senantiasa selalu memberikan semangat dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti persembahkan juga kepada Ibu Hasnah Rimiati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu menyempatkan waktu dan memberikan bimbingan serta arahan dengan sabar dalam proses menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Peneliti persembahkan juga kepada teman-teman yang selalu memberikan semangat serta berjuang bersama-sama hingga skripsi ini selesai, yaitu Rofa, Berliana Rida, Lala Henieka, Putri Sekar, Indira Dheva, Khanza Bintang, Ilham Baskoro, Hanif Misbahuddin, dan Amrih Gesang.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Wasyukurilllah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat beserta karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen McDonald Yogyakarta”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan yang diharapkan oleh penulis, walaupun dengan keterbatasan yang dimiliki.

Penulis menyadari dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis mengucapkan terimakasih dengan setulus hati kepada pihak-pihak yang telah membimbing serta membantu penulis selama penulisan skripsi ini, kepada:

1. Bapak Prof. Rizal yaya SE., M.Si., Ak. CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Hasnah Rimiati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta masukan.
4. Orang tua yang selalu memberikan doa serta dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini.

5. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, bantuan dan kemudahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik serta saran sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 19 Desember 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of a large circle on the left and several overlapping lines on the right, forming a stylized name.

Efanía Carissa Amanna Faza

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
1. Manfaat Teoritis.....	8
2. Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
A. Landasan Teori.....	10
1. Kualitas Produk.....	10
2. Kualitas Pelayanan.....	12
3. Citra Merek .....	15
4. Kepuasan Konsumen .....	17
5. Minat Pembelian Ulang .....	18
B. Penelitian Terdahulu .....	20
C. Turunan Hipotesis.....	27
1. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	27
2. Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen ..	28

3.	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen .....	29
4.	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat pembelian Ulang.....	30
5.	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang ..	31
6.	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembelian Ulang 32	
7.	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Pembelian Ulang .....	33
8.	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen .....	34
9.	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen .....	35
10.	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen .....	36
D.	Model Penelitian .....	37
<b>BAB III.....</b>		<b>38</b>
A.	Pendekatan Penelitian .....	38
B.	Objek dan Subjek.....	38
1.	Objek.....	38
2.	Subjek .....	38
C.	Jenis Data .....	38
D.	Teknik Pengambilan Sampel .....	39
1.	Populasi.....	39
2.	Sampel.....	39
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	40
F.	Definisi Operasional Variabel.....	41
G.	Uji Kualitas Instrumen .....	45
1.	Uji Validitas .....	45
2.	Uji Reliabilitas .....	45
H.	Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	45
1.	Analisis Deskriptif .....	45
2.	Analisis SEM .....	46
<b>BAB IV .....</b>		<b>49</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
1.	Gambaran Objek Penelitian .....	49



2.	Visi dan Misi.....	50
3.	Subjek Penelitian .....	50
B.	Karakteristik Responden.....	51
1.	Usia Responden .....	51
2.	Jenis Kelamin Responden.....	51
3.	Pekerjaan Responden .....	52
4.	Pendapatan Responden .....	52
C.	Uji Kualitas Instrumen.....	53
1.	Uji Validitas .....	53
2.	Uji Reliabilitas .....	54
D.	Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	55
1.	Analisis Deskriptif .....	55
2.	Analisis SEM .....	61
3.	Pengujian Hipotesis .....	72
E.	Pembahasan.....	79
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>89</b>
A.	Simpulan .....	89
B.	Keterbatasan Penelitian.....	90
C.	Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 <i>Skala Likert</i> .....	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel .....	41
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	51
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden .....	51
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden .....	52
Tabel 4. 4 Pendapatan Responden .....	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4. 7 Interpretasi Kelas Interval .....	55
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	56
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	56
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....	58
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	59
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Minat Pembelian Uang .....	60
Tabel 4. 13 Uji Normalitas Data .....	63
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Outliers .....	65
Tabel 4. 15 Identifikasi Model Struktural .....	69
Tabel 4. 16 Menilai <i>Goodness of Fit</i> .....	70
Tabel 4. 17 Uji Hipotesis Secara Langsung .....	73
Tabel 4. 18 <i>Standardized Direct Effects (Group number 1- Default model)</i> .....	77
Tabel 4. 19 <i>Standardized Indirect Effects (Group number 1- Default model)</i> .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah Restoran McDonalds Secara Global .....	5
Gambar 1. 2 Data Restoran Cepat Saji Favorit Anak Muda Indonesia 2022 .....	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	37
Gambar 4. 1 Logo McDonalds.....	49
Gambar 4. 2 Diagram Jalur .....	61
Gambar 4. 3 Persamaan Struktural.....	62
Gambar 4. 4 Nilai Batas Mahalonobis Distance .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner .....	103
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	116
Lampiran 4 Uji Validitas.....	121
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	123
Lampiran 6 Analisis Deskripsi.....	125
Lampiran 7 Model Penelitian.....	127
Lampiran 8 Identifikasi Model Struktural.....	128
Lampiran 9 Uji Normalitas Data.....	129
Lampiran 10 Uji Mahalanobis Outlier .....	131
Lampiran 11 Uji Hipotesis .....	133
Lampiran 12 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	135
Lampiran 13 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	138
Lampiran 14 Hasil Turnitin.....	139