

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN *MCDONALD'S* SUDIRMAN YOGYAKARTA**

***INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION AND  
PERCEPTION OF SERVICE QUALITY ON CONSUMER PURCHASE  
DECISIONS MCDONALD SUDIRMAN YOGYAKARTA***



**M PANJI MUSTIKA ALAM**

**20180410353**

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

**2022**

## PERNYAAN

Dengan ini saya,

Nama : M.Pauji Mustika Alam

Nomor Induk Mahasiswa : 20180410353

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **"PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE), PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MCDONALD'S SUDIRMAN 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 atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 13 Agustus 2022

  
M.Pauji Mustika Alam  
20180410353

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim, Puji syukur selalu dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT dan berkat Rahmat serta Karunianya, peneliti diberi kelancaran dalam penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mcdonald’s Sudirman Yogyakarta”. Syukur Alhamdulillah peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan segala hambatan dan rintangan hingga akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Peneliti mempersembahkan karya tulis ini kepada pihak-pihak yang berjasa dalam perjalanan hidup peneliti yaitu:

1. Kedua orang tua saya yang tak henti-hentinya mengirimkan doa dan memberikan dukungan kepada saya dalam hal apapun.
2. Keluarga besar saya yang selalu mendukung dan mendoakan perjuangan saya sebagai anak rantau yang jauh dari orang tua.
3. Satrio, Faiq dan Ghiffari sebagai sahabat saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam segala rintangan dan hambatan penulisan karya ini.
4. Fauzi sebagai teman seperjuangan saya dalam penulisan karya ini.
5. Seluruh sahabat, teman dan orang-orang terdekat yang turut mendukung dan memberikan semangat.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh*

Alhamdulillah rabbil'alamin. Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, nikmat, dan karuniaNya sehingga penulis diberikan kekuatan, pertolongan, dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE), PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MCDONALD’S SUDIRMAN YOGYAKARTA”**

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya yang telah membimbing dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Hasnah Rimiati, Dra.,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah

memberikan bimbingan, saran, dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.

4. Kedua orang tua penulis yang selalu mendoakan, memberi semangat, menguatkan, dan memotivasi agar tetap kuat dalam menyelesaikan kewajiban. Alhamdulillah rabbil'alamin berkat doa dari kedua orang tua, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh Pengajar/Dosen serta Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang banyak memberikan ilmu yang bermanfaat dan kemudahan dalam pelayanan.
6. Semua pihak yang terlibat dalam jalannya penelitian.

Yogyakarta, 13 Agustus 2022



M Panji Mustika Alam  
20180410353

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
INTISARI.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	9
2. Persepsi Harga.....	13
3. Persepsi Kualitas Pelayanan.....	16

4. Keputusan Pembelian.....	19
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
C. Penurunan Hipotesis.....	27
D. Model Penelitian .....	31
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN.....	33
A. Subjek dan Objek Penelitian .....	33
B. Jenis dan Sumber Data .....	33
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data .....	34
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
F. Uji Kualitas Instrumen .....	37
1. Uji Validitas .....	37
2. Uji Reliabilitas.....	38
G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	39
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	39
2. Uji F.....	39
3. Uji t.....	40
4. Uji Koefisien Determinasi.....	40
BAB IV .....	42
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian .....	42
B. Uji kualitas instrumen .....	42
C. Hasil Penelitian .....	45

D. Pembahasan.....	51
BAB V.....	54
SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN PENELITIAN .....	54
A. Simpulan.....	54
B. Keterbatasan Penelitian.....	55
C. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA .....	56
LAMPIRAN.....	58



## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....</b>	<b>20</b>
<b>Gambar 2. 2 Model Penelitian .....</b>	<b>32</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1 Top Brand Index Restaurant FastFood Dalam Pangsa Pasar Indonesia 3 Tahun Terakhir: .....</b>	<b>2</b>
<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>21</b>
<b>Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Tahap 2.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4. 5 Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4. 6 Hasil Uji F .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4. 7 Hasil Uji-t.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. 8 Hasil Koefisien Determinasi.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4. 9 Ringkasan Uji Hipotesis.....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....</b>	<b>58</b>
<b>Lampiran 2 Rekapitulasi Kuesioner .....</b>	<b>62</b>
<b>Lampiran 3 Uji Kualitas Data .....</b>	<b>74</b>
<b>Lampiran 4 Uji Hipotesis .....</b>	<b>85</b>