

ABSTRAK

Banyaknya persaingan dalam bidang kuliner saat ini sangatlah tinggi, mulai dari toko pinggir jalan yang sering juga kita sebut sebagai warung hingga ke restoran besar yang mewah. Masing-masing menawarkan berbagai macam makanan yang menggugah selera dan mempunyai ciri khasnya masing-masing. Di lain pihak, penyeragaman kualitas rasa terhadap makanan sangatlah sulit untuk ditentukan secara pasti dan sebagai akibat persepsi yang berbeda-beda antara orang yang satu dengan yang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts Di Trans Studio Mall Bandung”. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan cara pengambilan sampel. Data-data yang ada dalam Tugas akhir ini diperoleh dan diolah menggunakan Spss 17 yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji outlier dan uji regresi berganda. Pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 220 orang responden. Variabel penelitian yang digunakan adalah Kualitas Makanan, Citra Merek dan Keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa variabel dari kualitas makanan dan citra merek J.CO Donut’s berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian konsumen J.co Donut’s di Trans Studio Mall Bandung. Besarnya pengaruh kualitas makanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian J.CO Donuts di Trans Studio Mall Bandung adalah sebesar 39.6% dan sisanya adalah 60.4% dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini merupakan pengaruh kualitas makanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian berada pada tingkat yang rendah, ada banyak dimensi yang sangat berpengaruh untuk menciptakan keputusan pembelian sudah cukup baik. Perusahaan harus meningkatkan kualitas makanan dan citra merek J.CO Donut’s agar keputusan pembelian dapat terus dilakukan oleh konsumen-konsumen J.co Donuts.

Kata Kunci: Kualitas Makanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nowadays many restaurant that highly compete. Start from the side walk restaurant that called warung, to the big restaurant. Each of the kind of restaurant offered many kind of food that make mouth watering and have their own signature dish. At the other side, the average of the taste is really hard to be decide cause by the difference of taste with everyone. The research is to know the influence of food quality and brand image to the decision of buyer at J.CO Donut's Trans Studio Mall Bandung. In this research, researcher doing their own research by taking samples. The sample is taken by purposive sampling method. That sample used 220 responden, researching variable that being used is food quality, brand image, and buyer decision. According to the research, can be conclusion that the variable of the food quality and brand image at J.CO Donut's is positively influence to buyer decision of J.CO Donut's Trans Studio Mall Bandung, and the value of food quality and brand image to buyer decision J.CO Donuts is 39.6% and the rest is 60.4% is influenced by the other factors. The influence of food quality and brand image to buyer's decision is at the low level. There is so many dimension that can influence to create buyer's decision is good enough the company should raise up the food quality and brand images J.CO Donuts, so the buyer's decision can also be raised by the consumer of J.CO Donuts.

Keyword: *food quality, brand image, buyer's decision*

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.1.2 Pengertian Pemasaran	7
2.1.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	8

2.1.1.4 Pengertian Bauran Pemasaran.....	9
2.1.2 Produk.....	12
2.1.2.1 Pengertian Produk.....	12
2.1.2.2 Tingkat Produk.....	13
2.1.2.3 Hierarki Produk.....	14
2.1.2.4 Klasifikasi Produk.....	15
2.1.3 Kualitas Makanan.....	16
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Makanan.....	16
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Makanan.....	17
2.1.3.3 Strategi Meningkatkan Kualitas Produk.....	18
2.1.4 Merek.....	21
2.1.4.1 Pengertian Merek.....	21
2.1.4.2 Tingkatan Merek.....	22
2.1.4.3 Karakteristik Merek.....	23
2.1.4.4 Tujuan Merek.....	24
2.1.5 Citra Merek.....	25
2.1.5.1 Pengertian Citra Merek.....	25
2.1.5.2 Pengukuran Citra Merek.....	27
2.1.5.3 Dimensi Citra Merek.....	28
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	29
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	29
2.1.6.2 Jenis Pembelian.....	31
2.1.6.3 Tahap -Tahap Proses Pembelian.....	33
2.1.6.4 Hubungan Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.2 Rerangka Teori.....	38
2.3 Rerangka Pemikiran.....	39
2.4 Riset Empiris.....	40

2.5 Pengembangan Hipotesis	44
2.6 Metode Penelitian	45

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Obyek Penelitian	46
3.3 Definisi Operasional Variabel	47
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi	49
3.4.2 Sampel	50
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	51
3.6 Metode Pengumpulan Data	51
3.7 Metode Analisis Data	52
3.7.1 Uji Validitas	53
3.7.2 Uji Reliabilitas	53
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	54
3.7.3.1 Uji Normalitas	54
3.7.3.2 Uji Outlier	55
3.7.4 Uji Regresi Linier Berganda	55
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	57
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	62
4.2 Hasil Kuesioner Penelitian.....	63
4.2.1 Kualitas Makanan 1	63
4.2.2 Kualitas Makanan 2	63
4.2.3 Kualitas Makanan 3	64
4.2.4 Kualitas Makanan 4	65
4.2.5 Kualitas Makanan 5	66
4.2.6 Kualitas Makanan 6	67
4.2.7 Kualitas Makanan 7	68
4.2.8 Citra Merek 1	68
4.2.9 Citra Merek 2	69
4.2.10 Citra Merek 3	70
4.2.11 Citra Merek 4	71
4.2.12 Citra Merek 5	72
4.2.13 Citra Merek 6	72
4.2.14 Citra Merek 7	73
4.2.15 Keputusan Pembelian 1	74
4.2.16 Keputusan Pembelian 2	75
4.2.17 Keputusan Pembelian 3	76
4.2.18 Keputusan Pembelian 4	77
4.2.19 Keputusan Pembelian 5	78
4.2.20 Keputusan Pembelian 6	79
4.2.21 Keputusan Pembelian 7	80
4.3 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	81
4.3.1 Uji Validitas.....	81
4.3.2 Uji Reliabilitas	84
4.3.2.1 Uji Reliabilitas Kualitas Makanan	85

4.3.2.1 Uji Reliabilitas Citra Merek.....	86
4.3.2.1 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	87
4.4 Uji Normalitas.....	88
4.5 Uji Outlier.....	91
4.6 Uji Regresi Berganda.....	92

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	95
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (*CURRICULUM VITAE*)

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian.....	33
Gambar 2 Rerangka Pemikiran	39
Gambar 3 Model Penelitian	45
Gambar 4 Uji Normalitas Kualitas Makanan	89
Gambar 5 Uji Normalitas Citra Merek.....	90
Gambar 6 Uji Normalitas Keputusan Pembelian.....	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Top Brand Index Kategori Toko Donuts.....	4
Tabel II Definisi Keputusan Pembelian	30
Tabel III Relevansi Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Ini.....	40
Tabel IV Operasionalisasi Variabel.....	48
Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel VI Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel VII Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel VIII Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	49
Tabel IX Kualitas Makanan 1	63
Tabel X Kualitas Makanan 2	63
Tabel XIV Kualitas Makanan 3	52
Tabel XII Kualitas Makanan 4	53
Tabel XIII Kualitas Makanan 5	54
Tabel XIV Kualitas Makanan 6	55
Tabel XV Kualitas Makanan 7	56
Tabel XVI Citra Merek 1	57
Tabel XVII Citra Merek 2.....	58
Tabel XVIII Citra Merek 3.....	59
Tabel XIX Citra Merek 4.....	60
Tabel XX Citra Merek 5.....	61
Tabel XXI Citra Merek 6.....	62
Tabel XXII Citra Merek 7.....	63

Tabel XXIII	Keputusan Pembelian 1	64
Tabel XXIV	Keputusan Pembelian 2	64
Tabel XXV	Keputusan Pembelian 3	65
Tabel XXVI	Keputusan Pembelian 4	66
Tabel XXVII	Keputusan Pembelian 5	67
Tabel XXVIII	Keputusan Pembelian 6	68
Tabel XXIX	Keputusan Pembelian 7	69
Tabel XXX	Hasil Uji Validitas Kualitas Makanan.....	70
Tabel XXXI	Hasil Uji Validitas Citra Merek	71
Tabel XXXII	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	72
Tabel XXXIII	Uji Reliabilitas Kualitas Makanan	73
Tabel XXXIV	Uji Reliabilitas Citra Merek.....	74
Tabel XXXV	Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	75
Tabel XXXVI	Uji Regresi Berganda	76
Tabel XXXVII	Uji Anova.....	77
Tabel XXXVIII	Hasil Coefficients.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner.....
Lampiran B	Tanggapan Responden
Lampiran C	Karakteristik Responden
Lampiran D	Uji Validitas.....
Lampiran E	Uji Reliabilitas
Lampiran F	Uji Normalitas
Lampiran G	Uji Regresi Berganda