

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA KONSUMEN RUMAH MAKAN PARANGTRITIS,  
GABUSAN, BANTUL, YOGYAKARTA)**



**Disusun Oleh:**

Ucca Anindita

NPM: 17 03 23718

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2021**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA KONSUMEN RUMAH MAKAN  
PARANGTRITIS,GABUSAN, BANTUL,YOGYAKARTA)**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**Ucca Anindita**

**NPM: 17 03 23718**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA,  
JULI 2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA KONSUMEN RUMAH MAKAN PARANGTRITIS,  
GABUSAN, BANTUL, YOGYAKARTA)**



**Disusun oleh:  
Ucca Anindita  
NPM: 17 03 23718**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Dr.Drs. C Handoyo Wibisono, M.M.**

**16 Juli 2021**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

### SURAT KETERANGAN

No. 821/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Selasa, 3 Agustus 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

1. Dr. Dra. J. Ellyawati, MM. (Ketua Penguji)
2. Dr. C. Handoyo Wibisono, MM., CSA. (Anggota)
3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Ucca Anindita

NPM : 170323718

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**  
FASULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

## **LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA KONSUMEN RUMAH MAKAN PARANGTRITIS,  
GABUSAN, BANTUL, YOGYAKARTA)**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan dan ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 Juli 2021

Yang menyatakan



**Ucca Anindita**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kupanjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa dan segala Ciptaannya. Saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Parangtritis, Gabusan, Yogyakarta sebagai objek penelitian. Penulisan penelitian ini dilakukan sebagai pemenuhan salah satu prasyarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses menulis Tugas Akhir ini, tidak terlepas dari pihak-pihak yang memberi dukungan, semangat dan pencerahan. Maka dari itu saya ingin menyampaikan rasa terima kasih saya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah dan karunianya dalam berproses pengerjaan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Papa, Mama, Kakak, saudara-saudara yang tidak ada henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan dalam mengerjakan tugas akhir ini dan mendoakan supaya lancar hingga sampai akhir.
3. Bapak Dr.Drs. C Handoyo Wibisono, M.M. yang telah memberikan semangat, mendoakan, dan membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan penuh semangat dan dukungan yang tidak ada hentinya.
4. Adam Sukma Gutama yang selalu memberikan semangat, mendoakan, masukan, menemani, dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini sampai hingga akhirnya selesai.
5. Teman-teman seperjuangan dan satu bimbingan antara lain: alisca, oktha yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan masukan yang membuat penulis berfikir positif dan tidak menjadi tertekan.

6. Sahabat temil (sahabat smp) yang selalu memberikan dukungan, semangat, mendoakan, dan menemani penulis dalam menyelesaikan proses tugas akhir ini.
7. Sahabat kuliah seperti adlyne, echy, cika, fiora, yessy yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan saling mendoakan penulis hingga sampai menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman bernama Genta yang selalu memberikan semangat, kata-kata pepatah, dan dukungan yang tiada hentinya dan selalu mengajak untuk mengerjakan sampai akhir proses tugas akhir ini.
9. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan wadah penulis dalam menuangkan ide, pikiran, dan tumbuh jati diri penulis dalam melakukan dan melaksanakan selama perkuliahan hingga sampai di proses pembuatan tugas akhir ini.
10. Rumah Makan Parangtritis sebagai objek penelitian tugas akhir saya dan mempermudah proses hingga akhir tugas ini.

Demikian kata pengantar yang dapat penulis sampaikan. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat berguna bagi pembaca, pelaku bisnis, serta teman-teman mahasiswa lainnya. Apabila terdapat kekurangan dalam skripsi ini, maka diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Terima kasih sekali lagi bagi seluruh pihak yang terlibat.

## DAFTAR ISI

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| HALAMAN SAMBUNG           | i   |
| HALAMAN JUDUL             | ii  |
| HALAMAN PENGESAHAN        | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN        | iv  |
| KATA PENGANTAR            | v   |
| DAFTAR ISI                | vii |
| DAFTAR TABEL              | vii |
| DAFTAR GAMBAR             | ix  |
| DAFTAR LAMPIRAN           | xi  |
| ABSTRAK                   | xiv |
| BAB I                     | 1   |
| PENDAHULUAN               | 1   |
| 1.1 Latar Belakang        | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah       | 3   |
| 1.3 Tujuan Penelitian     | 3   |
| 1.4 Manfaat Penelitian    | 3   |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 4   |
| BAB II LANDASAN TEORI     | 6   |
| 2.1 Landasan Teori        | 6   |
| 2.1.1 Kualitas Layanan    | 6   |
| 2.1.2 Persepsi Harga      | 6   |
| 2.1.3 Citra Merek         | 7   |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian | 7   |
| 2.2 Penelitian Terdahulu  | 8   |



|   |    |
|---|----|
| 2.3 Pengembangan Hipotesis .....  | 13 |
| 2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian RM.<br>Parangtritis .....  | 13 |
| 2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian di RM.<br>Parangtritis ..... | 14 |
| 2.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian RM.<br>Parangtritis .....       | 14 |
| 2.4 Kerangka Penelitian.....  | 15 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....  | 16 |
| 3.1 Desain Penelitian.....  | 16 |
| 3.2 Teknik Pengumpulan Data.....  | 17 |
| 3.2.1 Sampel.....   | 17 |
| 3.2.2 Populasi.....   | 18 |
| 3.3 Metode Pengujian Instrumen .....  | 18 |
| 3.3.1 Uji Validitas.....  | 18 |
| 3.3.2 Uji Realibilitas.....   | 20 |
| 3.4 Definisi Operational dan Ruang Lingkup Variabel.....                                | 21 |
| 3.5 Metode Analisis Data .....  | 24 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....   | 26 |
| 4.1 Analisis Karakteristik Responden .....  | 26 |
| 4.2 <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....   | 33 |
| 4.3 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....                                       | 34 |
| 4.3.1 Uji <i>convergent validity</i> .....  | 34 |
| 4.3.2 Uji <i>Dicriminant Validity</i> .....   | 36 |
| 4.3.3 Uji <i>Composite Reliability</i> .....  | 38 |
| 4.4 Model Pengukuran ( <i>Inner Model</i> ) .....                                       | 39 |
| 4.4.1 Uji R-Square .....  | 39 |
| 4.5 Pengujian Hipotesis .....   | 40 |
| 4.6 Pembahasan.....   | 42 |

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan .....            | 49 |
| 5.2 Implikasi .....             | 49 |
| 5.3 Saran dan Keterbatasan..... | 50 |
| DAFTAR PUSTAKA .....            | 52 |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 3.1. Hasil Uji <i>Convergent Validity (OUTER LOADING)</i> ..... | 16 |
| Tabel 3.2. Hasil Uji Cross Loading.....                               | 17 |
| Tabel 3.3. <i>Construct Realibility and Validity</i> .....            | 18 |
| Tabel 3.4. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Variabel .....      | 19 |
| Tabel 4.1. Group Statistik Berdasarkan Jenis Kelamin .....            | 22 |
| Tabel 4.2. Independent sample t-test Berdasarkan Jenis Kelamin .....  | 23 |
| Tabel 4.3. Group Statistik Berdasarkan Usia.....                      | 24 |
| Tabel 4.4. Anova Test Berdasarkan Usia .....                          | 24 |
| Tabel 4.5. Group Statistik Berdasarkan Pendapatan .....               | 25 |
| Tabel 4.6. Anova Test Berdasarkan Pendapatan.....                     | 25 |
| Tabel 4.7. Group Statistik Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....          | 26 |
| Tabel 4.8. Anova Test Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....                | 26 |
| Tabel 4.9. Group Statistik Berdasarkan Sumber Informasi .....         | 27 |
| Tabel 4.10. Anova Test Berdasarkan Sumber Informasi.....              | 28 |
| Tabel 4.11. Group Statistik Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....      | 29 |
| Tabel 4.12. Anova Test Berdasarkan Frekuensi Kunjungan .....          | 29 |
| Tabel 4.13. Hasil uji Average Variance Extracted (AVE) .....          | 32 |
| Tabel 4.14. Cross Loading.....  | 32 |
| Tabel 4.15. <i>OUTER LOADING</i> .....                                | 33 |
| Tabel 4.16. Kriteria Fornell-Larcker .....                            | 34 |
| Tabel 4.17. Composite Realibility .....                               | 35 |
| Tabel 4.18. Hasil R-Square.....                                       | 35 |
| Tabel 4.19. <i>Path Coefficient</i> .....                             | 36 |

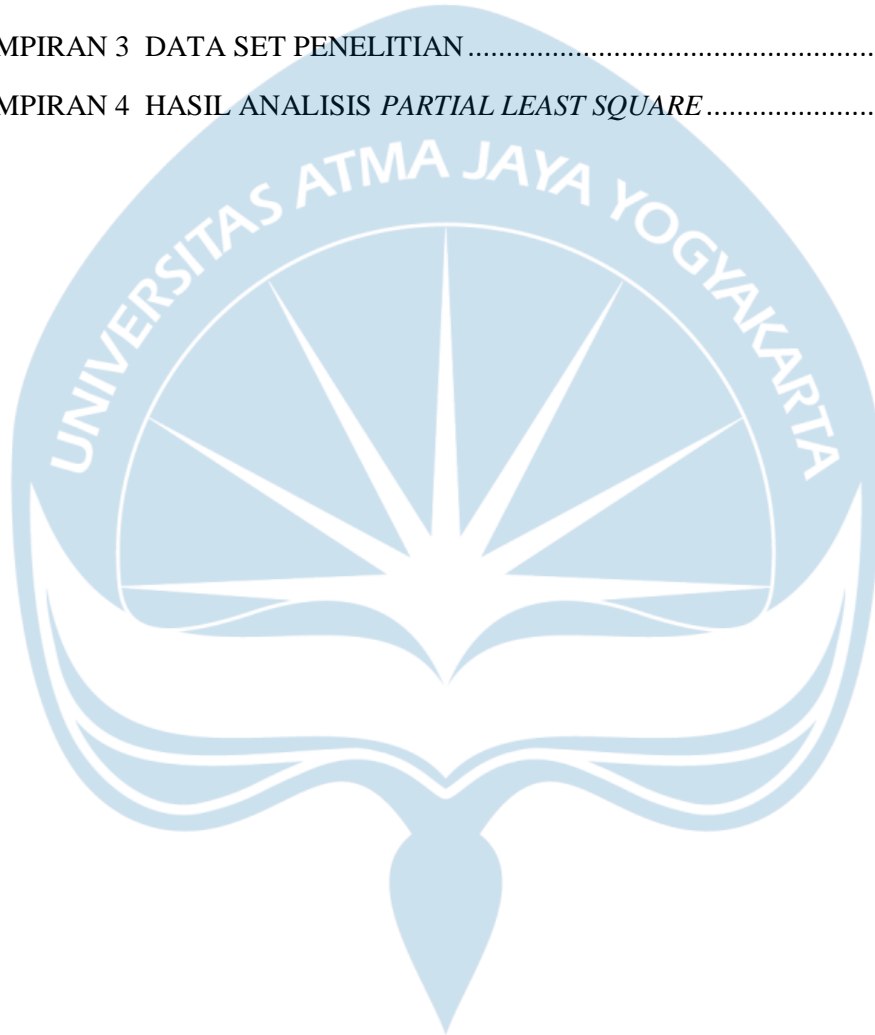
## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1. Kerangka Penelitian .....           | 13 |
| Gambar 4.1. Model Struktural.....               | 30 |
| Gambar 4.2. Hasil uji convergent validity ..... | 31 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| LAMPIRAN 1 KUESIONER.....                                    | 50 |
| LAMPIRAN 2 PROFILLING RESPONDEN DAN JAWABAN PERTANYAAN ..... | 53 |
| LAMPIRAN 3 DATA SET PENELITIAN .....                         | 60 |
| LAMPIRAN 4 HASIL ANALISIS <i>PARTIAL LEAST SQUARE</i> .....  | 64 |



# **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Pada Rumah Makan Parangtritis, Gabusan, Bantul, Yogyakarta)**

**Disusun Oleh:**

**Ucca Anindita**

**NPM: 17 03 23718**

**Dosen Pembimbing:**

**Dr.Drs.C.Handoyo Wibisono, M.M.**

## **ABSTRAK**

Pada era modernisasi sekarang ini, banyak usaha-usaha tentunya bidang kuliner. Persaingan didalam industry makanan atau kuliner semakin ketat dan banyak pesaing. Oleh karena itu, berbagai strategi pemasaran akhirnya terwujud. Strategi dalam membuka bisnis restoran tidak hanya meningkatkan dalam makanan dan minuman saja, tetapi menerapkan strategi yang kompetitif pada pelayanan dan suasana nyaman untuk membentuk citra dan harga restoran tersebut. Dalam penelitian ini objek yang diteliti berupa rumah makan parangtritis, kualitas layanan, persepsi harga, citra merek, dan keputusan pembelian. Dengan sampel sebanyak 150 responden, dimana subjeknya adalah Konsumen yang sudah pernah berkunjung ke Rumah Makan Parangtritis, berdomisili di Yogyakarta, dan Luar Yogyakarta. Metode yang digunakan pada penelitian tersebut dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan dengan menggunakan survey dengan data yang diperoleh lalu dilakukan pengolahan data dengan metode statistic menggunakan alat SEM-PLS. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Era modernisasi, Bidang Kuliner, Industri Kuliner, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian