

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *BRAND*  
*IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MCDONALD'S SINGARAJA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada**

**Universitas Pendidikan Ganesha**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan**

**Program Sarjana Manajemen**



**OLEH**

**I NYOMAN PUTRA KARNATA**

**NIM 1917041129**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA**

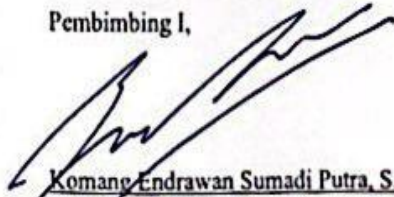
**2023**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPAI TUGAS  
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK  
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

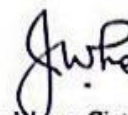
**Menyetujui**

**Pembimbing I,**



**Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.**  
NIP. 198602112019031005

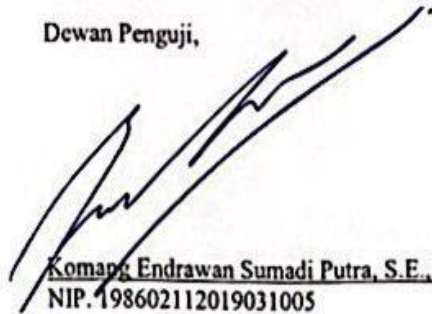
**Pembimbing II,**



**Drs. Wayan Cipta, M.M.**  
NIP. 195912311986031019

Skripsi oleh I Nyoman Putra Karnata  
Telah dipertahankan di depan dewan penguji  
Pada tanggal 2 Maret 2023

Dewan Penguji,



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.  
NIP. 198602112019031005

(Ketua)



Drs. Wayan Cipta, M.M.  
NIP. 195912311986031019

(Anggota)



Made Amnada Dewanti, S.E., M.M.  
NIP. 19910607 202012 2 017

(Anggota)

Diterima oleh panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen.

Pada :

Hari : Kamis

Tanggal: 2 Maret 2023

Mengetahui,

Ketua ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.  
NIP. 19681029 199303 2 001

Sekretaris Ujian,



Dr. Komang Krishna Hervanda, S.E., M.M.  
NIP. 19830921 201504 1 001



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.  
NIP. 19790616 200212 1 003

### PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian McDonald's Singaraja" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 13 Februari 2023

Saya membuat pernyataan,

   
man Putra Karnata  
NIM. 1917041129

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang maha Esa, atas berkat dan Karunia-Nya, Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian McDonlad’s Singaraja”. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran, dan selalu bersedia membimbing dengan kesabaran dan mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Drs. Wayan Cipta, M.M., selaku Dosen Pembimbing II dan Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan, saran, dan selalu bersedia membimbing dengan kesabaran dan mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Manajer dan pihak terkait McDonald’s cabang Singaraja. Yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian.

9. Kedua orang tua (I Wayan Triana Suryanata, Gst. Ayu Kd Dewi Mahayani), kakak kandung (Putu Ayu Rosniawati, Kadek Ririn Dwijayanti) dan adik kandung saya (Putu Lanang Oka Suryana, Kadek Sasmita Putri Suryana) yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan, doa dan kehangatan keluarga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman bebangqan squad (Mang S, De Gus, Wika, Kumara) dan teman – teman dekat yang selalu memberikan dukungan positif bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman – teman Kontrakan Keras (Tri Arta, Mang Widiana, De Ram, Bharata, Alan Jups, dan Aji)
12. Teman – teman Kelas D Manajemen 2019, Manajemen Ceria, HMJ Manajemen 2020/2021, HMJ Manajemen 2021/2022, Manajemen Angkatan 2019, dan Angkringan Jelang Malam, yang telah membantu mendukung dan menemani perjalanan penulis dalam Menyusun skripsi.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis, bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi kita semua.

Singaraja, Februari 2023



Penulis,



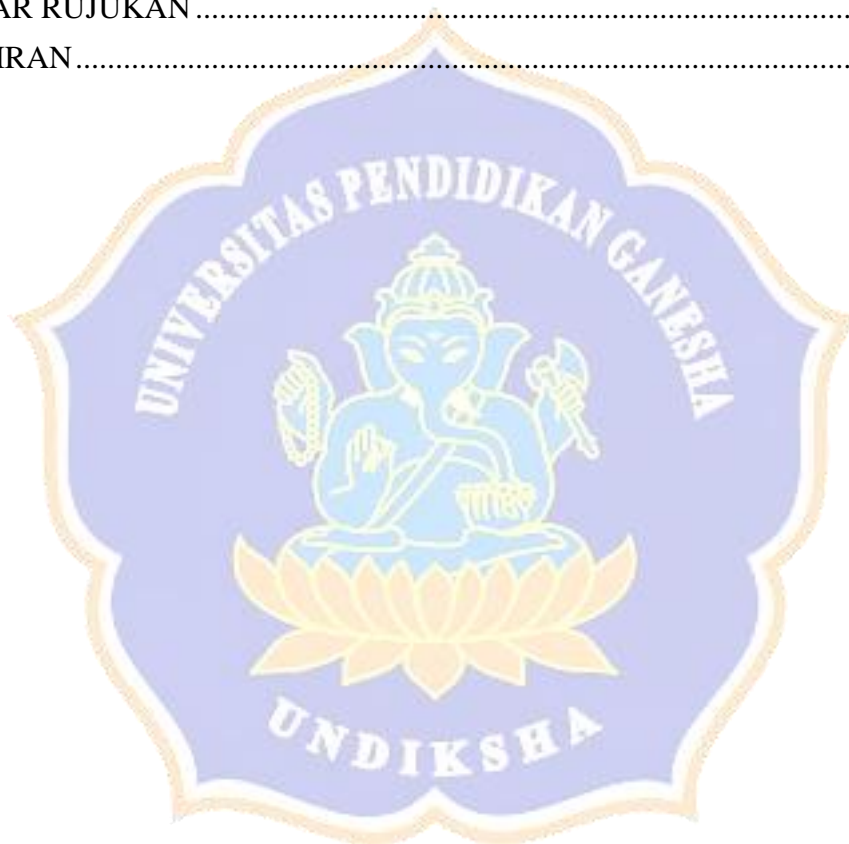
## DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
2.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	12
2.2 Kualitas Pelayanan.....	13
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	13
2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	14
2.3 <i>Brand Image</i> .....	15
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	15
2.3.2 Dimensi <i>Brand Image</i> .....	15
2.3.3 Indikator <i>Brand Image</i> .....	16
2.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	16
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	19
2.5.1 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.5.2 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	19



2.5.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.6 Kerangka Berpikir.....	21
2.7 Hipotesis Penelitian .....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3. 1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3. 2 Rancangan Penelitian.....	23
3. 3 Subjek dan Objek Penelitian .....	24
3. 4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	24
3.4.1 Populasi Penelitian .....	24
3.4.2 Sampel Penelitian .....	24
3. 5 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian.....	26
3. 6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	27
3.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	27
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data .....	27
3. 7 Metode dan Teknik Analisis Data.....	29
3.7.1 Uji Asumsi Klasik .....	30
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
3.7.3 Koefisien Determinasi .....	32
3. 8 Uji Hipotesis .....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	34
4.1 Deskripsi Data.....	34
4.2 Pengujian Asumsi .....	35
4.2.1 Pengujian Asumsi Klasik .....	35
4.2.2 Analisis Regresi Berganda.....	38
4.2.3 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	39
4.3 Pengujian Hipotesis .....	39
4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	39
4.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	40
4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	40
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	41
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	41
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	43

4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	44
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	46
4.6 Implikasi .....	46
 BAB V PENUTUP.....	 51
5.1 Rangkuman .....	51
5.2 Simpulan .....	52
5.3 Saran .....	53
 DAFTAR RUJUKAN .....	 54
LAMPIRAN.....	57



## DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
Tabel 1. 1 <i>Top Brand Index</i> .....	4
Tabel 3. 1 Variabel, Konsep, Variabel, Indikator, dan Skala Ukur. ....	26
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reabilitas .....	29
Tabel 4. 1 Deskripsi Data Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4. 2 Deskripsi Data Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolaritas.....	36
Tabel 4. 4 Ringkasan Hasil <i>Output</i> SPSS Analisis Regresi Linear Berganda .....	38
Tabel 4. 5 Ringkasan Hasil <i>Output</i> SPSS Uji F Variabel Keputusan Pembelian .	40



## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Pengaruh Kualitas Pelayanan dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	22
Gambar 4. 1 Grafik Normal <i>P-P Plots of Regression Standardized Residual</i> .....	36
Gambar 4. 2 Grafik <i>Scatterplot</i> . ....	37



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	HALAMAN
Lampiran 01 Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal.....	58
Lampiran 02 Kuisisioner Penelitian Awal.....	59
Lampiran 03 Tabulasi Data Sampel Kecil .....	61
Lampiran 04 Kuisisioner Penelitian .....	62
Lampiran 05 Deskripsi Data Responden.....	66
Lampiran 06 Data Penelitian.....	67
Lampiran 07 Hasil <i>Output</i> Penghitungan SPSS 25 <i>For Windows</i> , Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), <i>Brand Image</i> ( $X_2$ ), dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	82

