PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

PADA KFC PALEMBANG SQUARE

Skripsi oleh

FIKRI FAUZI

01011181419003

Manajemen

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk meraih

gelar sarjana ekonomi

KEMENTRIAN RISET,TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2017

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KFC PALEMBANG *SQUARE*

Disusun oleh :

Nama	: Fikri Fauzi
NIM	: 01011181419003
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Ketua

Tanggal

: 16 JULI 2018

Drs. H. Islahuddin Daud, M.M

NIP 195306241984031001

Anggota

Tanggal

: 13 AGUSTUS 2018

Aslamia Rosa, S.E., M. Si

NIP 197205292006042001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KFC PALEMBANG *SQUARE*

Disusun oleh :

Nama	: Fikri Fauzi
NIM	: 01011181419003
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 20 September 2018 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya, 24 September 2018

Ketua	Anggota	Anggota
Drs. H. Islahuddin Daud, M.M	Aslamia Rosa, S.E., M. Si	Dian Eka, S.E., M.M.
NIP 195306241984031001	NIP 197205292006042001	NIP196101061990031002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP.195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Fikri Fauzi
NIM	: 01011181419003
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian/	: Manajemen Pemasaran
Fakultas	: Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul :

Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KFC Palembang *Square*

Pembimbing :

Ketua	:	Drs. H. Islahuddin Daud, M.M
Anggota	:	Aslamia Rosa, S.E., M. Si
Tanggal Ujian	:	20 September 2018

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam Skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Inderalaya, 24 September 2018
Pembuat Pernyataan

METERAI TEMPEL
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Fikri Fauzi
NIM 010111814190003

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Apa Yang Dapat Anda Kerjakan Hari Ini Jangan Tunggu Hari Esok”

“Jadilah seperti bunga, yang memberi keharuman bahkan kepada tangan yang telah menghancurkan”

(Ali bin Abi Thalib)

Dengan mengucap alhamdulillah

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Allah SWT

Nabi Muhammad SAW

Ayah dan Ibuku Tercinta

Keluargaku

Sahabat dan teman-temanku

Almamaterku

RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap	:	Fikri Fauzi
NIM	:	01011181419003
Jenis kelamin	:	Laki-laki
Tempat/tgl. Lahir	:	Curup / 20 November 1996
Alamat	:	Jalan Bakti Osis 2 Nomor 32 Airbang, Curup Tengah, Rejang lebong, Bengkulu
Telp./HP.	:	0812 7166 2097
E-mail.	:	Fikri_fauzi@rocketmail.com

Riwayat pendidikan

Pendidikan Formal :

- 2014-2018 : S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS SRIWIJAYA
- 2011-2014 : SMA NEGERI 1 CURUP
- 2008-2011 : SMP NEGERI 1 CURUP
- 2002-2008 : SD NEGERI 06 CURUP

Pengalaman Berorganisasi

- Anggota Ikamma (Ikatan mahasiswa manajemen) Universitas Sriwijaya
- Anggota himpunan mahasiswa IKMABIRA (Ikatan Mahasiswa Bumi Rafflesia) tahun : 2014 – 2018
- Wakil ketua komisi disiplin himpunan mahasiswa IKMABIRA (Ikatan Mahasiswa Bumi Rafflesia) tahun : 2016 – 2017

Pengalaman Kepanitiaan

- SNMC (sriwijaya nasional management competition) tahun 2016
- Malam keakraban ikatan mahasiswa bumi rafflesia
- Penerimaan mahasiswa baru (PMB) tahun 2016

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KFC Palembang *Square*". Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Dalam penelitian skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata kesempurnaan, atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan guna menyempurnakan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala amal kebaikan kepada semua pihak yang telah banyak membantu, memberikan semangat dan dorongan serta do'a kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Allahhuma Aamiin.

Indralaya,24 September 2018

Fikri Fauzi

NIM 01011181419003

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Segala puji hanya milik Allah SWT., Dzat yang memiliki segala kesempurnaan, yang telah melimpahkan segala bentuk kenikmatan, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada kfc palembang *square* " dengan baik. Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Ayahanda Fauzi Rusli** dan **Ibunda Srihartati** terimaksih atas dukungan, doa, motivasi, pengorbanan serta cinta kalian untuk selalu membimbing dalam pencapaian cita-cita.
2. **Drs. H. Islahuddin Daud, M.M**., selaku pembimbing 1 skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran, kritik serta semangat yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. **Aslamia Rosa, S.E., M. Si.** selaku pembimbing 2 skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran, kritik serta semangat yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. **Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya.
5. **Bapak Welly Nailis, S.E., M.M**., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya
6. **Bapak Prof. Taufik S.E.,M.Si**., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. **Bapak Prof. Dr. Anis Saggaf, M.S.C.E**., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.

8. **Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi** Universitas Sriwijaya yang telah membekali penulis dengan ilmu dan pengetahuannya selama masa perkuliahan.
9. **Seluruh Staff Akademik, Staff Jurusan Manajemen, Staff Perpustakaan**, Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
10. **Terkhusus untuk Staf Akademik Bapak Ijal dan Ibu Dwi** yang rela mengorbankan tenaga demi membantu kegiatan belajar mengajar selama periode perkuliahan
11. **Terkhusus Staf Jurusan Manajemen Mbak Hambarwati dan Kak Helmi** yang telah rela menyiapkan dengan cepat tanggap keperluan akademik dari awal hingga akhir.
12. **Saudara - saudaraku,**Violita Fauzi, Vino Lestari, Dwiputra Setiabhudi, Aneke Putri yang telah memberikan motivasi dan semangat selama proses perkuliahan.
13. **Sahabat Minoritas,** Rhoina Tanzila, Nia Mukhadalifa, Intan Restu Handayani, Ahadi Qolbi dan Irpan Juliansyah yang telah menemani dan mewarnai selama proses perkuliahan di fakultas ekonomi.
14. **Sahabat Himajols,** Ricky ramadeni, Toni oktarian, Fedri setiawan, Arie Irawan, Surya Yustavin S, M Nur Akbar, Rusdi, Regita Viron, Cintia yusuf, Apmi Mutiara P,
15. **Pengejar 138,** Sahabat seperjuangan M Faisal Husaini dan Tanty Khairunnisa
16. **Seluruh Teman Seperjuangan Manajemen Fakultas Ekonomi,** Rekan-rekan perjuangan lainnya terkhusus Manajemen Pemasaran yang tak cukup dituliskan satu persatu.
17. **Ikmabira Sumsel,** Yang telah menjadi keluarga selama berada di tanah rantau.
18. **Keluarga Cemara,** Singgih Triwibowo, Tio Artha Nugraha, Joko Sasmiko yang telah menjadi penyemangat disaat susah ataupun senang.

19. **Keluarga pondokan Hj Yuli**, Muammar Adi Prasetya, Riko Saputra, Muhammad Agung Ramadhan, Reza pangestu , rekan-rekan seperjuangan di perantauan

Akhir kata, semoga ketulusan serta bantuan dari semua pihak tersebut di atas kiranya mendapat berkah dan anugrah dari Allah SWT dan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua Allahuma Aamiin.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
RIWAYAT HIDUP vi
KATA PENGANTAR vii
UCAPAN TERIMAKASIH viii
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xiv
ABSTRAK xvii
ABSTRACT xviii
SURAT PERNYATAAN xix
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1.Latar Belakang 1
1.2.Rumusan Masalah 9
1.3.Tujuan Penelitian 9
1.4. Manfaat Penelitian 9
1. Manfaat Teoritis 9
2. Manfaat Praktis 10
BAB II 11
STUDI KEPUSTAKAAN 11
2.1. Landasan Teori 11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian 11
2.1.2 Pengertian Produk 14
2.1.3 Pengertian Kualitas Produk 14
2.1.4 Pengertian Merek 15
2.1.5 Pengertian Citra Merek 15
2.2. Penelitian Terdahulu 17
2.3. Kerangka Konseptual 20

2.4. Hipotesis 20
BAB III 22
METODE PENELITIAN 22
3.1. Ruang Lingkup Penelitian 22
3.2. Rancangan Penelitian 22
3.3 Jenis Dan Sumber Data 23
3.3.1 Jenis Data 23
3.3.2. Sumber Data 23
3.4. Teknik Pengumpulan Data 23
3.5. Populasi Dan Sampel 24
3.5.1 Populasi 24
3.5.2 Sampel 24
3.6. Teknik Analisis Data 25
3.6.1 Uji Kualitas Data 26
3.6.2 Uji Hipotesis 27
3.7. Definisi Operasional Variabel 30
BAB IV 32
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 32
4.1. Uji Instrumen Penelitian 32
4.1.1. Uji Validitas 32
4.1.2 Uji Reliabilitas 33
4.2. Profil Responden 34
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 35
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia 35
4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan 36
4.2.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan 37
4.3. Perilaku Responden 38
4.3.1 Responden Berdasarkan KFC Sebagai Solusi alternatif makanan 38
4.3.2 Responden Berdasarkan Orang Yang Merekomendasikan KFC 38
4.3.3 Responden Berdasarkan Alasan Memilih KFC 39
4.3.4 Responden Berdasarkan Tempat Pertama Kali Mendapatkan Informasi Tentang KFC Palembang Square 40

4.3.5 Responden Berdasarkan Pendapat Mengenai Produk KFC 41
4.4. Penilaian Responden..... 42
4.4.1 Penilaian Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X1)..... 42
4.4.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk(X2) 43
4.4.3 Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) 44
4.5 Uji Hipotesis 45
4.5.1 Uji F (Simultan)..... 45
4.5.2 Uji T (Parsial)..... 46
4.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda 48
4.6 Pembahasan Hasil penelitian..... 50
BAB V..... 54
KESIMPULAN DAN SARAN 54
5.1. Kesimpulan 54
5.2. Saran..... 54
5.2.1Bagi Perusahaan 54
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya 55
DAFTAR PUSTAKA 56
LAMPIRAN 58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 5 brand index dalam pangsa pasar indonesia.....4

Tabel 1.2 Jumlah Transaksi & Penjualan KFC Palembang Square Bulan Mei 2018.....6

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....17

Tabel 3.1 Definisi Operasional.....30

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Butir Instrumen Variabel Penelitian.....33

Tabel 4.2. Hasil Uji Reabilitas Instrumen Variabel Penelitian.....34

Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....35

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....35

Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....36

Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan.....37

Tabel 4.8 : Perilaku Responden Berdasarkan KFC Sebagai Solusi 38

Tabel 4.9 : Perilaku Responden Berdasarkan Orang Yang Merekomendasikan.....39

Tabel 4.10 : Perilaku Responden Berdasarkan Alasan memilih KFC.....39

Tabel 4.11 : Perilaku Responden Berdasarkan Tempat Pertama Kali Mendapatkan Informasi Tentang KFC Palembang Square.....40

Tabel 4.12 : Perilaku Responden Berdasarkan Pendapat Mengenai Produk KFC.....41

Tabel 4.13 : Penilaian Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X1).....42

Tabel 4.14 : Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X2).....43

Tabel 4.15 : Penilaian Responden Terhadap Variabel keputusan pembelian (Y).....44

Tabel 4.16 : Tabel Anova Uji F.....45

Tabel 4.17 : Tabel Coefficients Uji T.....47

Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi linear Berganda.....48

Tabel 4.19 Coefficients.....49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan.....2

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran.....22

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KFC PALEMBANG *SQUARE*

Oleh :

Fikri Fauzi

01011181419003

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada KFC Palembang *square*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner, sampel yang diambil sebanyak 100 orang dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji F dan uji T. Hasil penelitian pada uji F menunjukkan nilai signifikan 0,000 yang artinya variabel independen yang terdiri dari citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada KFC Palembang *square*. Penelitian ini juga menunjukkan secara parsial bahwa variabel citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, sementara variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial keputusan pembelian konsumen pada KFC Palembang *square*

Kata kunci: ***citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian***

Ketua	Anggota
Drs. H. Islahuddin Daud, M.M	Aslamia Rosa, S.E., M. Si
NIP 195306241984031001	NIP 197205292006042001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP 195707141984031005

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON KFC PALEMBANG SQUARE

by :

Fikri Fauzi

01011181419003

This research was conducted to analyze the influence of brand image and product quality on consumer purchasing decisions at KFC Palembang square. This study uses primary data obtained through questionnaires, samples taken as many as 100 people using the accidental sampling method. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, F test and T test. The results of the research on the F test showed a significant value of 0,000 which means that the independent variables consisting of brand image and product quality together (simultaneously) have a positive and significant effect on the decision Consumer purchases at KFC Palembang square. This study also shows partially that the brand image variable has a partial effect on purchasing decisions, while the product quality variable has a partial effect on consumer purchasing decisions at KFC Palembang square

Key Words: ***Brand Image, Product Quality, Costumer Purchasing***

Advisor I	Advisor II
Drs. H. Islahuddin Daud, M.M	Aslamia Rosa, S.E., M. Si
NIP 195306241984031001	NIP 197205292006042001

Chief of

Management Departement

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP 195707141984031005

SURAT PERNYATAAN

Kami Dosen Pembimbing Skripsi menyatakan bahwa abstraksi skripsi dari mahasiswa :

Nama	: Fikri Fauzi
NIM	: 01011181419003
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi	: pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada kfc palembang square

Telah kami periksa cara penulisan grammar maupun susunan tenses dan kami setujui untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Ketua	Anggota
Drs. H. Islahuddin Daud, M.M	Aslamia Rosa, S.E., M. Si
NIP 195306241984031001	NIP 97205292006042001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP.195707141984031005

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi yang berkembang pesat menyebabkan apapun bisnis yang dijalankan akan bersaing dengan ketat, terlebih lagi untuk perusahaan yang menjual barang yang sejenis. Perusahaan tentu dituntut agar dapat memiliki keunggulan dan keunikan agar dapat menarik minat konsumen dan mempertahankan pangsa pasarnya yang telah ada. Salah satu jenis perusahaan yang bersaing ketat pada saat ini adalah perusahaan yang berjenis restoran cepat saji (*fast food restaurant*). Hal ini terjadi disebabkan karena perkembangan zaman dimana masyarakat semakin maju dan *modern*,dengan kehidupan yang semakin maju dan modern maka masyarakat lebih menyukai sesuatu hal yang *instan* termasuk untuk memenuhi kebutuhan dasarnya. Masyarakat lebih memilih makanan yang instant karena dianggap lebih efisien tanpa menghabiskan banyak waktu untuk membuatnya terlebih dahulu. Salah satu jenis makanan yang digemari masyarakat adalah ayam goreng (*fried chicken*). Kota-kota besar di Indonesia tentu memiliki perusahaan yang memiliki produk ayam goreng (*fried chicken)* tanpa terkecuali Palembang. Perusahaan berlomba-lomba menciptakan produk yang bervariasi mulai dari rasa ataupun penyajiannya.Hal-hal ini dilakukan oleh perusahaan agar menarik bagi konsumen yang akan membuat keputusan pembelian di tempatnya. Dengan adanya persaingan yang ketat diantara perusahaan yang menawarkan produk ayam goreng (*fried chicken)* maka membuat konsumen akan lebih selektif dalam membeli produk yang beredar. Sebelum konsumen menentukan keputusan

pembeliannya terhadap produk tertentu konsumen tersebut akan melalui beberapa tahapan sebelum membeli.

Gambar 1.1 : Model Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan
Sumber : (Kotler dan Keller, 2012 : 185)

Pengambilan keputusan membeli adalah proses dari pengenalan masalah, pencarian informasi tentang suatu produk tersebut, evaluasi dari penilaian suatu produk dan seleksi alternatif produk, sehingga konsumen berada pada tahap keputusan pembelian, dan prilaku konsumen pasca pembelian, baik atau buruk setelah memutuskan pembelian pada suatu produk tertentu. Dalam melakukan keputusan pembelian tentu konsumen akan dipengaruhi oleh persepsinya seperti kualitas produk, harga, merek, kualitas pelayanan dan lain sebagainya.

Salah satu komponen yang mempengaruhi adalah merek, dimana merek yang terkenal akan membuat konsumen merasa lebih percaya akan kualitasnya. Dengan adanya fakta tersebut, konsumen akan memilih merek yang terkenal dari pada merek yang biasa. Merek (*brand*) adalah suatu nama, istilah, simbol, tanda, desain, atau kombinasi dari semuanya yang digunakan untuk mengidentifikasikan produk dan membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing (American Marketing Asosiation,2011) dalam (Rizan, Handayani, and Rp 2015). Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar ke-4 didunia pada tahun 2015 menurut *CLA Word Factbook.* Hal ini membuat Indonesia menjadi pasar yang besar. Dengan tebukannya pasar

yang besar ini membuat pangsa pasar yang besar bagi restoran cepat saji yang ada di Indonesia.

Bisnis yang sangat dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat adalah restoran cepat saji atau yang lebih dikenal dengan *fast food restaurant. Fast food restaurant* dapat diartikan sebagai rumah makan yang menyajikan makanan atau pun minuman dalam waktu yang singkat dari konsumen memesan makanan hingga makanan tersebut disajikan kepada konsumen. Dari beberapa restoran cepat saji yang berada dindonesia merupakan perusahaan waralaba dari luar negeri.berikut ini adalah beberapa nama restoran cepat saji yang ada dipalembang *KFC (kentucky fried chicken), Mc Donald, A&W, CFC* dan *Texas Chicken.*

Salah satu yang populer adalah *Kentucky Fried Chicken* atau yang lebih akrab dengan KFC. KFC adalah suatu merek dagang waralaba dari Yum Brands, Inc., yang bermarkas di Louisville, Kentucky, Amerika Serikat. Didirikan oleh Col. Harland Sanders, KFC dikenal terutama karena ayam gorengnya, yang biasa disajikan dalam "timba" (*bucket*) dari kertas karton. Col. Sanders mulai menjual ayam gorengnya pada tahun 1939 di restoran miliknya pada tepi jalan di Corbin, Kentucky yang selanjutnya pindah ke sebuah motel. Ia menutup usahanya pada akhir 1940-an sewaktu jalan tol Interstate melalui kotanya. Pada awal 1950-an, ia mulai berkeliling Amerika Serikat dan bertemu dengan Pete Harman di Salt Lake City, Utah, dan pada tahun 1952 bersama-sama mendirikan restoran *kentucky fried chicken* yang pertama di dunia (restoran pertamanya tidak menggunakan nama tersebut). Sanders menjual seluruh waralaba KFC

pada tahun 1964 senilai 2 juta USD, yang sejak itu telah dijual kembali sebanyak tiga kali. Pemilik terakhir adalah PepsiCo, yang menggabungkannya ke dalam divisi perusahaan Tricon Global Restaurants yang sekarang dikenal sebagai Yum Brands, Inc. Pada tahun 1997, Tricon terpisah dari PepsiCo. Di Indonesia, pemegang hak waralaba tunggal KFC adalah PT. Fastfood Indonesia, Tbk (IDX: FAST) yang didirikan oleh kelompok usaha Gelael pada tahun 1978, dan terdaftar sebagai perusahaan publik sejak tahun 1994. Restoran KFC pertama di Indonesia dibuka pada bulan Oktober 1979 di Jalan Melawai, Jakarta. *(https://id.wikipedia.org/wiki/KFC*)

KFC memiliki slogan "jagonya ayam" karena KFC memiliki menu andalan yaitu ayam goreng yang memiliki ciri khas pada bagian tepung yang dilumuri pada bagian luarnya dimana bagian tepung ini memiliki tekstur yang renyah sehingga jadi pembeda dengan produk lain. Selain menyediakan ayam goreng KFC juga menyediakan produk seperti *burger, rice box*, kentang dan lain-lain.juga ada menu yang murah yang ditawarkan oleh KFC yang disebut KFC goceng antara lain *float, perkedel, sundae, pudding, cream sup ayam* dan lain-lain.

Tabel 1.1 Top 5 Brand Index Dalam Pangsa Pasar Indonesia

NO	MEREK	2014 (%)	2015(%)	2016(%)
1	KFC	60,9	59,3	63,9
2	MC DONALD	17,5	17,5	18,6
3	A&W	6,7	7,1	2,6
4	HOKA-HOKA BENTO	5,1	4,1	2,5
5	CFC	2,1	8,8	2,0

Sumber : *http://www.topbrand-award.com*

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa KFC berada di posisi pertama dari tahun 2014 sampai tahun 2016, dengan persentase 60,9 % di tahuh 2014, 59,3 % di tahun 2015, dan 63,9 % di tahun 2016. Dari data *top brand index* terlihat bahwa KFC menguasai pangsa pasar makanan siap saji di Indonesia.semakin banyak restoran cepat saji yang berada diindonesia tentu akan meningkatkan persaingan bisnis. Oleh karena itu KFC harus tetap dapat mempertahankan pangsa pasar yang sudah ada agar tetap jadi peringkat pertama diantara restoran cepat saji lainnya.

Restoran KFC sudah menyebar hampir keseluruh kota besar di Indonesia. Tak terkecuali di Palembang, ada sekitar 12 cabang KFC di Palembang antara lain KFC Plaju, KFC Palembang *Trade Center*, KFC Lia, KFC *Internasional Plaza*, KFC Demang, KFC Ramayana, KFC Lemabang, KFC dermaga *point*, KFC Kambang Iwak, KFC *Royal* Asia Palembang, KFC *The Basilica Bizpark*, KFC Simpang Bandara dan KFC Palembang *Square*. *S*alah satu cabang KFC di Kota Palembang adalah KFC Palembang *square*. KFC Palembang *square* beralamat di jalan angkatan 45 komplek Palembang *square* nomor 208 – 211. KFC Palembang *square* merupakan salah satu cabang yang ramai dikunjungi konsumen, karena tempat yang strategis dan berada didalam pusat perbelanjaan. Banyak restoran sejenis yang berada di dalam Palembang *square*, namun selalu KFC yang paling ramai dikunjungi terutama pada saat jam makan siang dan akhir pekan.

Tabel 1.2 Jumlah Transaksi & Penjualan KFC Palembang *Square* Bulan Mei 2018

Tanggal	Hari	Jumlah transaksi	Penjualan (Rp)
1	Selasa	730	39.313.591
2	Rabu	790	39.763.999
3	Kamis	766	40.953.071
4	Jumat	630	49.593.169
5	Sabtu	952	61.704.016
6	Minggu	918	61.277.728
7	Senin	747	38.570.397
8	Selasa	737	39.664.020
9	Rabu	744	39.399.005
10	Kamis	883	54.544.054
11	Jumat	916	44.175.963
12	Sabtu	947	57.802.691
13	Minggu	879	63.332.654
14	Senin	822	42.722.670
15	Selasa	799	44.895.972
16	Rabu	762	41.255.435
17	Kamis	717	37.528.534
18	Jumat	782	43.503.548
19	Sabtu	935	56.953.976
20	Minggu	928	63.332.654
21	Senin	775	42.722.670
22	Selasa	783	45.063.936
23	Rabu	801	48.734.430
24	Kamis	919	68.975.794
25	Jumat	914	56.750.744
26	Sabtu	538	27.699.960
27	Minggu	549	28.757.189
28	Senin	444	19.506.306
29	Selasa	475	22.114.935
30	Rabu	533	26.778.576
31	Kamis	977	66.999.995
Total		23.992	1.419.143.448

Sumber : *Manajer KFC cabang Palembang Square*

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa KFC cabang Palembang *square* ramai dikunjungi pada saat akhir pekan. Tidak kurang dari 500 transaksi terjadi pada akhir pekan. Pada minggu kedua terjadi transaksi paling banyak di KFC

Palembang *square* yaitu sebanyak Rp 63.332.654. KFC Palembang *square* memiki posisi yang strategis yaitu berada di dalam pusat perbelanjaan, yang mobilitas masyarakatnya tinggi.

KFC juga telah mendapatkan tempat dihati konsumen serta akan terus diingat sebagai "jagonya ayam", karena KFC merupakan pelopor restoran cepat saji yang menyediakan ayam goreng. Ogilvy & Mather dalam (Sagita , 2012) juga mengatakan bahwa citra merek yang kuat dapat membuat pelanggan melakukan pembelian secara berulang-ulang. *Brand image* (citra merek) mempunyai peran yang sangat penting karena dapat membedakan suatu perusahaan atau produk dengan yang lain.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen yangdipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence, people dan process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli (Alma, 2011:96).

Dalam (Fure, Lapian, and Taroreh 2015) salah satu keunggulan dalam persaingan ini terutama adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak. Demikian juga konsumen dalam membeli suatu produk konsumen selalu berharap agar barang yang dibelinya dapat memuaskan segala keinginan dan kebutuhannya. Untuk itu perusahaan harus dapat memahami keinginan

konsumen, sehingga perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan tersebut maka judul penelitian ini adalah "PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KFC PALEMBANG SQUARE"

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah citra merek dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada KFC Palembang *square*?
2. Apakah citra merek dan kualitas produk mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian konsumen pada KFC Palembang *square*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumenpada KFC Palembang *square.*
2. Untuk menganalisis pengaruh secara bersama – sama (simultan) citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada KFC Palembang *square*

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar perusahaan dapat mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek dan kualitas produk yang diberikan terhadap keputusan pembelian konsumen

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan menjadi sumber pengetahuan bagi pembaca dan menjadi sumber referensi bagi peneliti yang melakukan penelitian serupa

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Alma, Buchari, 2011. *Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.

Cannon, J. P., Perreault, W. D., & Mccarthy, E. J., 2008. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*, Salemba Empat, Jakarta.

Ghozali, I., 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Kotler, P., & Armstrong, G. , 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Kedua Belas*, Erlangga, Jakarta.

Kotler, P., & Keller, K. L. ,2012. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*, Erlangga, Jakarta

Sugiyono; 2012; *Statistika Untuk Penelitian*; Alfabeta; Bandung

Tjiptono,F., & Diana, A, 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2011. *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.

Jurnal :

Aminudin, Lucky. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Store Atmosfir Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kfc Mega Mas Manado." 15(05):703–15.

Apriyani, Yesi. 2013. "Pengaruh Brand Image , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut Di Kota Padang." *Manajemen* 2(1):1–10.

Fure, Feryanto, Joyce Lapian, & Rita Taroreh. (2015). "*Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.CO Manado." Vol.3(1): 367 – 77*

Musay, Fransisca Paramitasari. 2013. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen KFC Kawi Malang)." *Universitas Brawijaya* 1–7.

Pajrin, N. (2016) "*Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kfc Gelael Bandar Lampung Tahun 2015".* Skripsi Universitas Lampung.

Prasastiningtyas, Thabita Ratna and Djawoto (2016). "*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler*." *Ilmu Dan Riset Manajemen* 5(7):1–15.

Prawesti, Fransisca L. (2016) "*Faktor-Faktor Yang Membentuk Brand Image Iphone Menurut Persepsi Konsumen*". Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Rizan, Mohamad, Kartika .L .H Dan Agung Kresnamurti. (2015). "*Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap)*". Vol. 6, No. 1 Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)

Sagita, Fitria E (2012). "*Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kentucky Fried Chicken (Kfc) Di Cabang Basko Grand Mall Oleh Mahasiswa Universitas Negeri Padang*." Skripsi Universitas Negeri Padang.

Supangkat, Aditya Hangga and Supriyatin (2017). "*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako*." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6(September):1–19.

Zaini, Ahmad B (2013). " *Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur)"* Skripsi Universitas Islam Negeri Jakarta.

Website :

Top Brand Award (2017); Top Brand Index 2017 Fase 2; Kategori Restoran Cepat Saji; Www.Topbrandindex.Com (Diakses Pada 3 April 2018)

Wikipedia; Www.Wikipedia.Org (Diakses Pada 3 April 2018)