

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SATE MARANGGI BAH USE  
PURWAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana  
Pariwisata



Disusun Oleh :

Novani Cahya Nurrohmah

1807810

**Program Studi Manajemen Industri Katering  
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Universitas Pendidikan Indonesia**

**2022**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**NOVANI CAHYA NURROHMAH**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SATE MARANGGI BAH USE PURWAKARTA**

disetujui dan disahkan oleh

Pembimbing I



**Caria Ningsih, M.Si, Ph.D**  
**NIP. 19800131.200812.2.002**

Pembimbing II



**Della Maghfira Napu, S.Par., MM.Par**  
**NIP. 920200419940227201**

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Manajemen Industri Katering



**Dr. Dewi Turgarini, SS., MM.Par.**  
**NIP. 19700320.200812.2.001**

**LEMBAR HAK CIPTA**

**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan  
Pembelian Sate Maranggi Bah Use Purwakarta**

**Oleh**

**Novani Cahya Nurrohmah**

**1807810**

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Pariwisata Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Novani Cahya Nurrohmah

Universitas Pendidikan Indonesia

2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak  
ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Novani Cahya Nurrohmah

NIM : 1807810

Jurusan : Manajemen Industri Katering

Fakultas : Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Menyatakan dengan sepenuhnya bahwa skripsi dengan judul:

“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sate Maranggi Bah Use Purwakarta” merupakan hasil dari penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri serta untuk seluruh ide, pendapat, ataupun materi dari sumber lain telah saya kutip sesuai dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Apabila di kemudia hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia. Dengan demikian pernyataan ini saya buat.

Bandung, Juli 2022

Penulis,

Novani Cahya Nurrohmah

1807810

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur selalu terpanjat kepada Allah SWT, karena atas izin dan berkat limpahan rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sate Maranggi Bah Use Purwakarta”.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata (S.Par) pada Program Studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. Penelitian ini membahas mengenai aspek unsur gastronomi yang terdapat di Sate Bah Use, kemudian mengenai seberapa besar variabel citra merek dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian di Sate Maranggi Bah Use Purwakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan dalam penguasaan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan masukan serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga Allah SWT., melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas semua kebaikan dari semua pihak yang telah membantu sekaligus terlibat dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, para pembaca dan semua pihak yang terlibat khususnya dalam bidang Manajemen Industri Katering.

Bandung, Juli 2022

Novani Cahya Nurrohmah

1807810

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang selalu menyertai dan membantu penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang terlibat dan telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, baik berupa dukungan moril maupun materiil kepada:

1. Orangtua penulis, Bapak Yahya dan Ibu Cucu Yuliati. Penulis ucapkan terimakasih banyak atas doa dan dukungan tanpa henti, didikan, nasehat, memberikan semangat yang begitu menguatkan serta dukungan materiil. Kerja keras untuk pengorbanan besar demi kelancaran penulisan skripsi ini dengan penuh kesabaran dan keikhlasan. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga dan membalas kebaikan Bapak dan Mamah,
2. Dr. Dewi Turgarini, S.S., M.Si, selaku ketua Program Studi Manajemen Industri Katering sekaligus dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama peneliti menyelesaikan studi di Program Studi Manajemen Industri Katering FPIPS UPI Bandung,
3. Caria Ningsih, M.Si, Ph.D., selaku dosen pembimbing 1 yang telah senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan dorongan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik,
4. Della Maghfira Napu, S.Par., MM.Par, selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini hingga tuntas berkat saran, dorongan dan semangat yang diberikan,
5. Seluruh staf dosen Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan begitu berharga dan berarti kepada penulis selama masa studi,
6. Ibu Dedeh selaku pemilik Sate Maranggi Bah Use Purwakarta yang telah memberikan izin dan memberi masukan kepada penulis untuk melakukan penelitian skripsi ini,
7. Para responden yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam melengkapi data-data yang dibutuhkan,

8. Kakak penulis, Eka Cahyani, Saptiani Dwi Cahya, Cahya Muliati yang selalu memberikan dukungan dan semangat tanpa henti kepada penulis,
  9. Keluarga besar Teureuh Bah Mpud, terimakasih atas segala bantuan dukungan dan semangat kepada penulis,
  10. Unique Julietta, Dewi Sri, Fitria Dwi, Tika Rostiawati, Ghina Nabilah dan teman-teman seperjuangan di Manajemen Industri Katering 2018, terimakasih telah menemani penulis selama menjalani masa-masa studi di Program Studi Manajemen Industri Katering, serta selalu membantu dan selalu memberikan banyak dukungan juga semangat kepada penulis,
  11. Nur Ummu Syalamah selaku teman sepenelitian dan selalu menjadi pembimbing ketiga bagi peneliti yang sangat membantu dalam menyusun skripsi penulis,
  12. Indah Fitria Gita, Jaka Mustopa, Yusril Khaerul Muslim selaku sahabat peneliti yang selalu menciptakan suasana menyenangkan selama masa kuliah dan penyusunan skripsi untuk penulis,
  13. Refi Cici Rubiati dan Satrio Nugroho Adji (alm) selaku sahabat peneliti dari awal masa perkuliahan dan menemani penulis menyusun skripsi ini hingga tuntas, terimakasih atas segala bantuan dan motivasi selama empat tahun ini,
  14. M Fathan Laksana atas segala waktu dan perhatian yang telah diberikan
- Semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis, tetapi juga untuk seluruh pembaca yang dapat dijadikan sebagai acuan referensi bagi penelitian selanjutnya.

**ABSTRAK**  
**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN SATE MARANGGI BAH USE**  
**PURWAKARTA**

Novani Cahya Nurrohmah

1807810

Penelitian ini membahas mengenai komponen unsur gastronomi yang terdapat di Sate Maranggi Bah Use Purwakarta serta pengaruh yang dihasilkan oleh dari variabel penelitian, yaitu citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Sate Maranggi Bah Use Purwakarta. Penelitian ini menggunakan metode *mix method* (menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif), untuk metode kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi dengan konsep *Salapan Cinyusu* atau *Nona Helix*, kemudian untuk metode kuantitatif menggunakan analisis data deskriptif. Hasil data kualitatif didapat dengan teknik wawancara secara mendalam, observasi dan studi dokumentasi yang diperoleh merupakan data dari pihak pemerintah, pengusaha, ahli gastronomi, ahli gizi, akademisi, teknologi informasi, pemasok, NGO/LSM, serta penikmat sate maranggi Bah Use Purwakarta yang dijadikan sebagai responden pengisian kuisisioner untuk metode kuantitatif. Hasil penelitian ini untuk mengetahui identifikasi unsur gastronomi yang terdapat di Sate Maranggi Bah Use Purwakarta, kemudian untuk mengetahui apakah citra merek dan kualitas produk mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di Sate Maranggi Bah Use Purwakarta.

**Kata Kunci** : Unsur gastronomi, citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian, sate maranggi Bah Use Purwakarta



## **ABSTRACT**

### ***The Effect of Brand Image A\and Product Quality on The Purchase Decision of Sate Maranggi Bah Use Purwakarta***

Novani Cahya Nurrohmah

1807810

*This study discusses the gastronomic components found in Sate Maranggi Bah Use Purwakarta and the influence generated by the research variables, namely brand image and product quality on purchasing decisions at Sate Maranggi Bah Use Purwakarta. This study uses a mix method (using qualitative and quantitative methods), for qualitative methods using triangulation data collection techniques with the concept of Salapan Cinyusu or Nona Helix, then for quantitative methods using descriptive data analysis. The results of qualitative data obtained by in-depth interview techniques, observations and documentation studies obtained are data from the government, businessmen, gastronomy experts, nutritionists, academics, information technology, suppliers, NGOs, and lovers of maranggi satay Bah Use Purwakarta who serve as respondents filling out questionnaires for quantitative methods. The results of this study are to determine the identification of gastronomic elements contained in Sate Maranggi Bah Use Purwakarta, then to determine whether brand image and product quality influence consumers to make purchasing decisions at Sate Maranggi Bah Use Purwakarta.*

**Keywords** : *Gastronomic elements, brand image, product quality, purchasing decisions, sate maranggi Bah Use Purwakarta*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR HAK CIPTA .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
UCAPAN TERIMAKASIH .....	vi
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB 1_PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB 2_TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Kajian Teori .....	11
2.1.1 Konsep Pariwisata .....	11
2.1.2 Wisata Kuliner .....	12
2.1.3 Gastronomi .....	13
2.1.4 Manajemen Pemasaran .....	17
2.1.5 Citra Merek .....	19
2.1.6 Kualitas Produk .....	21
2.1.7 Keputusan Pembelian .....	23
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
2.4 Hipotesis .....	30
BAB 3_METODE PENELITIAN .....	31
3.1 Objek dan Subjek Penelitian .....	31
3.2 Metode Penelitian .....	31
3.3 Operasional Variabel .....	32

3.4 Populasi dan Sampel .....	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel .....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.6 Jenis dan Sumber Data .....	39
3.7 Uji Instrumen.....	40
3.7.1 Pengujian Validitas .....	40
3.7.2 Pengujian Reliabilitas .....	43
3.8 Triangulasi.....	44
3.9 Teknik Analisis Data .....	44
3.9.1 Analisis Data Kuantitatif .....	45
3.9.2 Analisis Data Kualitatif .....	46
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	47
4.2 Gambaran Umum Responden.....	48
4.2.1 Karakteristik Responden.....	48
4.2.2 Pengalaman Responden .....	51
4.2.3 Karakteristik Narasumber .....	55
4.3 Pembahasan Identifikasi Unsur Gastronomi Sate Maranggi Bah Use .....	57
4.3.1 Filosofi, sejarah, tradisi dan sosial.....	57
4.3.2 Etika dan etiket .....	59
4.3.3 Mempelajari, meneliti dan menulis makanan .....	60
4.3.4 Bahan Baku.....	60
4.3.5 Masak-memasak .....	61
4.3.6 Menghidangkan .....	62
4.3.7 Mencicipi .....	62
4.3.8 Nilai Gizi.....	63
4.3.9 Mencari pengalaman yang unik .....	63
4.4 Analisis Data Deskriptif .....	64
4.4.1 Hasil Tanggapan Responden Terkait Variabel Citra Merek (X <sub>1</sub> ).....	64
4.4.2 Hasil Tanggapan Responden Terkait Variabel Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ) ..	71
4.4.3 Hasil Tanggapan Responden Terkait Variabel Keputusan Pembelian (Y)	
.....	85
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	98

4.5.1 Uji Normalitas.....	98
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	99
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	99
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda .....	100
4.6.1. Model Persamaan Regresi Linear Berganda Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	100
4.6.2 Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	102
4.6.2 Uji F (Simultan).....	102
4.6.3 Uji t (Parsial).....	103
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis .....	108
4.8 Pembahasan .....	109
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>111</b>
5.1 Simpulan.....	111
5.2 Saran .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	
<b>LAMPIAN</b> .....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Manakah produk sate maranggi khas Purwakarta yang diminati?.....	4
Tabel 1. 2 Tanggapan Konsumen Terhadap Sate Maranggi Bah Use Menurut “Ulasan Google” .....	5
Tabel 1. 3 Hasil Pra-survey .....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Penelitian Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Instrumen Penelitian .....	33
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel .....	34
Tabel 3. 3 Data Kunjungan Wisatawan Purwakarta 2019-2021 .....	37
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 3. 6 Skala Likert .....	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan dan Pendapatan .....	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	51
Tabel 4. 5 Pengalaman Responden Mengenai Sumber Informasi Sate Maranggi Bah Use .....	51
Tabel 4. 6 Pengalaman Responden Mengenai Pembelian Sate Maranggi Bah Use Dalam 1 Tahun.....	52
Tabel 4. 7 Pengalaman Responden Mengenai Produk yang Sering dibeli di Sate Maranggi Bah Use.....	52
Tabel 4. 8 Pengalaman Responden Mengenai Tujuan Membeli Sate Maranggi Bah Use .....	53
Tabel 4. 9 Pengalaman Responden Mengenai Alasan Membeli Sate Maranggi Bah Use .....	54
Tabel 4. 10 Pengalaman Responden Mengenai Kesan setelah Membeli Sate Maranggi Bah Use.....	54
Tabel 4. 11 Pengalaman Responden Mengenai Pembelian Ulang Sate Maranggi Bah Use .....	55
Tabel 4. 12 Hasil Tanggapan Responden Terkait Keunggulan Asosiasi Merek ..	64
Tabel 4. 13 Hasil Tanggapan Responden Terkait Kekuatan Asosiasi Merek .....	66
Tabel 4. 14 Hasil Tanggapan Responden Terkait Keunikan Asosiasi Merek .....	67
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terkait Citra Merek (X <sub>1</sub> ).....	69
Tabel 4. 16 Hasil Tanggapan Responden Terkait <i>Flavour</i> .....	71
Tabel 4. 17 Hasil Tanggapan Responden Terkait <i>Consistency</i> .....	73

Tabel 4. 18 Hasil Tanggapan Responden Terkait <i>Texture/ Shape/ Form</i> .....	74
Tabel 4. 19 Hasil Tanggapan Responden Terkait <i>Nutritional Content</i> .....	76
Tabel 4. 20 Hasil Tanggapan Responden Terkait <i>Visual Appeal</i> .....	77
Tabel 4. 21 Hasil Tanggapan Responden Terkait <i>Aromatic Appeal</i> .....	79
Tabel 4. 22 Hasil Tanggapan Responden Terkait <i>Temperature</i> .....	80
Tabel 4. 24 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terkait Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	82
Tabel 4. 25 Hasil Tanggapan Responden Terkait Pemilihan Produk .....	85
Tabel 4. 26 Hasil Tanggapan Responden Terkait Pemilihan Merek .....	86
Tabel 4. 27 Hasil Tanggapan Responden Terkait Pemilihan Penyalur .....	88
Tabel 4. 28 Hasil Tanggapan Responden Terkait Waktu Pembelian .....	90
Tabel 4. 29 Hasil Tanggapan Responden Terkait Jumlah Pembelian .....	91
Tabel 4. 30 Hasil Tanggapan Responden Terkait Metode Pembayaran .....	93
Tabel 4. 31 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Terkait Keputusan Pembelian (Y) ....	95
Tabel 4. 32 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov - Smirnov .....	98
Tabel 4. 33 Hasil Uji Multikolinearitas .....	99
Tabel 4. 34 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	100
Tabel 4. 35 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	100
Tabel 4. 36 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	102
Tabel 4. 37 Hasil Uji F .....	103
Tabel 4. 38 Hasil Uji T (Parsial) .....	103
Tabel 4. 39 Hasil Uji T (Parsial) Variabel Citra Merek .....	104
Tabel 4. 40 Hasil Uji T (Parsial) Variabel Kualitas Produk .....	106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Unsur Komponen Gastronomi .....	15
Gambar 2. 2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen .....	23
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran .....	29
Gambar 4. 1 Logo Sate Bah Use .....	47
Gambar 4. 2 Nilai Gizi Sate Maranggi Daging Sapi.....	63