

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND IMAGE* DAN
PERCEIVED QUALITY TERHADAP *REPURCHASE DECISION FAST*
FOOD di KFC SOLO RAYA**



SKRIPSI

Digunakan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

PRADHITYA DHARMA KUSUMA

B100190511

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan Judul:

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND IMAGE DAN
PERCEIVED QUALITY TERHADAP REPURCHASE DECISION FAST
FOOD DI KFC SOLORAYA**

Yang disusun dan ditulis oleh:

PRADHITYA DHARMA KUSUMA

B100190511

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, 01 Februari 2023

Pembimbing Utama,

(Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D)

NIDN. 0619077301

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.)

NISDN. 829/06 16087401

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND IMAGE* DAN
PERCEIVED QUALITY TERHADAP *REPURCHASE DECISION* FAST
FOOD di KFC SOLO RAYA**

Oleh:

PRADHITYA DHARMA KUSUMA

B100190511

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Dewan Penguji :

1. Kussudyarsana ,S.E., M.Si., Ph.D.

(Anggota I Dewan Penguji)

2. Nur Achmad, S.E., M.Si., MCE

(Anggota II Dewan Penguji)

3. M. Sholahuddin, S.E., M.Si., Ph.D.

(Anggota III Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si)

NIK/NISDN: 829/ 06 16087401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Pradhitya Dharma Kusuma

NIM : B100190511

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing, Brand Image* dan
Perceived Quality terhadap *Repurchase Decision Fast Food*
di KFC Soloraya

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 01 Februari 2023

Yang membuat pernyataan

(Pradhitya Dharma Kusuma)

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

QS Al Insyirah 5-6

“ Jangan biarkan kesulitan membuat dirimu gelisah, karena bagaimanapun juga hanya di malam yang paling gelap bintang-bintang tampak bersinar lebih terang

“

Ali Bin Abi Thalib

“Sistem pendidikan yang bijaksana setidaknya akan mengajarkan kita betapa sedikitnya yang belum diketahui oleh manusia, seberapa banyak yang masih harus ia pelajari.”

Sir John Lubbock

"Saya bisa menerima kegagalan, tapi saya tidak bisa menerima segala hal yang tak pernah diusahakan."

Michael Jordan

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, atas berkat, rahmat dan karunia yang diberikan Allah SWT berupa kesehatan jasmani rohani, dan kesempatan yang diberikan sehingga penulis dapat dengan baik menyelesaikan skripsi ini. Maha karya penulis ini dipersembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang telah memberi berkat, rahmat, karunia serta kemudahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Nabi besar Muhammad SAW yang telah menjadi tauladan bagi seluruh umat-Nya.
3. Kedua orangtua Bapak dan Ibu yang telah memberi fasilitas lengkap, dukungan, serta motivasi, doa dan kasih sayang dan nasihat baik untuk saya.
4. Pembimbing skripsi saya, Bapak Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D. yang telah banyak memberi arahan dan bimbingan dalam mengerjakan skripsi.
5. Seluruh sahabat dan rekan-rekan saya yang telah banyak membantu dan memberi semangat serta dukungan dalam menyusun skripsi ini.
6. Almamaterku, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berguna untuk mengetahui pengaruh *social media marketing*, *brand image* dan *perceived quality* terhadap *repurchase decision fast food* di KFC Soloraya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dimana data diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner yang telah diberikan. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang kemudian diolah dengan program computer *Smart PLS 3.0*. Pengujian analisis pada penelitian ini menggunakan uji partial least square. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis *outer model* dan analisis *inner model*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase decision*, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase decision*. Sedangkan *perceived quality* tidak berpengaruh terhadap *repurchase decision*.

Kata Kunci : Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image, Perceived Quality dan Repurchase Decision

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of social media marketing, brand image and perceived quality on fast food repurchase decisions at KFC Soloraya. This type of research is quantitative research. The data used in this study is primary data where the data is obtained from the answers of respondents through the questionnaire that has been given. In this study, a sample of 100 respondents was used which was then processed with the Smart PLS 3.0 computer program. The analysis test in this study used the partial least squares test. The data analysis technique used in this study is the outer model analysis and the inner model analysis. The results of this study indicate that social media marketing has a significant effect on repurchase decisions, brand image has a significant effect on repurchase decisions. Meanwhile, perceived quality has no effect on repurchase decisions

Keywords : *Social Media Marketing, Brand Image, Perceived Quality, Repurchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Assalamuallaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Image* dan *Perceived Quality* Terhadap *Repurchase Decision* Fast Food KFC di Soloraya” dapat berjalan dengan lancar dan diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. H. Anton A Setiyawan, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak/Ibu Dewan penguji yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk menguji skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu yang bermanfaat selama kuliah.
7. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan dukungan, doa, bimbingan, nasihat, serta pengorbanan tak terbatas yang tidak bisa penulis ungkapkan dengan kata-kata.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak yang telah memberi motivasi, bimbingan, bantuan serta arahan kepada penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi semua pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamuallaikum Wr.Wb.

Surakarta, 20 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu	11
C. Kerangka Pemikiran.....	12
D. Hipotesis.....	13
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
A. Jenis Metode Penelitian.....	17
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	17
C. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	19
D. Sumber Data.....	21

	E. Metode Pengambilan Data	22
	F. Metode Analisis Data	23
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	31
	A. Deskripsi Profil Responden.....	31
	B. Analisis Data	35
	C. Pembahasan.....	46
BAB V	PENUTUP	48
	A. Kesimpulan	48
	B. Keterbatasan Penelitian.....	49
	C. Saran.....	49
	DAFTAR PUSTAKA	51
	LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	20
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	32
Tabel 4.2	Usia Responden.....	32
Tabel 4.3	Domisili Responden	33
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	33
Tabel 4.5	Pendapatan per Bulan Responden	34
Tabel 4.6	Outer Loading	36
Tabel 4.7	<i>Average Variance Extranced (AVE)</i>	37
Tabel 4.8	<i>Composite Reliability</i>	38
Tabel 4.9	<i>Cronbach's Alpha</i>	38
Tabel 4.10	<i>Collinearity Statistic (VIF)</i>	39
Tabel 4.11	Analisis R^2	41
Tabel 4.12	Analisis f^2	42
Tabel 4.13	Analisis <i>t-test</i>	43
Tabel 4.14	<i>Path Coefficient</i>	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data <i>Fast Food</i> Indonesia	4
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	13
Gambar 4.1	Outer Model.....	35
Gambar 4.2	Inner Model	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian.....	54
Lampiran 2.	Hasil Daftar 100 Responden.....	57
Lampiran 3.	Hasil Olah Data Smart PLS Outer Model	60
Lampiran 4.	Hasil Olah Data Smart PLS Inner Model	62
Lampiran 5.	Hasil Uji Hipotesis	63