

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI, DAN *CUSTOMER RATING* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN GUDEG YU DJUM MELALUI APLIKASI GRABFOOD  
DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna memenuhi persyaratan  
Untuk memperoleh derajat Sarjana  
Program Studi Manajemen**



**Mefina Wulandari**

**No. Mhs. 122302063**

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA**

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI, DAN *CUSTOMER RATING* TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN GUDEG YU DJUM MELALUI APLIKASI GRABFOOD**  
**DI YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

Mefina Wulandari

No. Mhs. 122302063

Yogyakarta, 10 Februari 2025

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



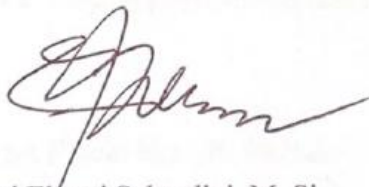
Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI, DAN *CUSTOMER RATING* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN GUDEG YU DJUM MELALUI APLIKASI GRABFOOD  
DI YOGYAKARTA**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji  
Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta  
tanggal: 10 Februari 2025  
yang terdiri atas:

Ketua



Dra. Sri Ekanti Sabardini, M. Si.

Anggota



Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A.

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertandatangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “Pengaruh *Brand Image*, Promosi, Dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Gudeg Yu Djum Melalui Aplikasi Grabfood Di Yogyakarta” dan diajukan untuk diuji pada tanggal 31 Januari 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang seolah-olah saya akui sebagai tulisan sendiri atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik sengaja maupun tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya nyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka gelar sarjana dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 10 Februari 2025

yang memberi pernyataan



Mefina Wulandari

Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji

A handwritten signature in black ink, likely belonging to Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A.

Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A.

Saksi 2, sebagai ketua dosen penguji skripsi

A handwritten signature in black ink, likely belonging to Dra. Sri Ekanti Sabardini, M. Si.

Dra. Sri Ekanti Sabardini, M. Si.

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karya ini peneliti persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua (Waryoto dan Sri Rahayu) yang telah memberikan doa, dukungan, materi, motivasi, serta semangat yang tangguh dan pantang menyerah dalam mendoakan, mendukung, dan memberikan yang terbaik untuk anaknya. Terima kasih atas segala pengorbanan baik dari segi finansial, tenaga, dan kasih sayang.
2. Kakek dan Nenek, orang tua kedua yang dengan tulus dan penuh kasih sayang merawat peneliti sejak kecil dan selalu mendoakan keberhasilannya. Terima kasih atas dukungan, doa, dan cinta yang diberikan, yang menjadi penyemangat dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis.
3. Adik tersayang yang telah mendukung, memberikan semangat serta keceriaan, yang membuat setiap perjalanan menjadi lebih berarti. Semoga kesuksesan ini menjadi motivasi untuk melangkah lebih jauh lagi.

## MOTTO

Hidup yang lelah adalah hidup yang terlalu memikirkan apa kata orang.

(sabarlahdiriku.com)

Hiduplah Seperti Pohon Kayu yang Lebat Buahnya: Hidup di Tepi Jalan dan Dilempari Orang  
dengan Batu, Tetapi Dibalas dengan Buah.

(Abu Bakar Sibli)

Allah tidak akan membebani seseorang  
melainkan sesuai kesanggupannya

(QS Al-Baqarah : 286)

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah, puji dan syukur senantiasa peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image*, Promosi, dan *Customer rating*”**. Skripsi ini ditulis guna memenuhi persyaratan kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Manajemen di STIM YKPN Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa penulisan Skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan berbagai pihak. Dengan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Sri Rejeki Ekasasi, M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, waktu, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Suparmono, S.E., M.Si, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
3. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta
4. Kedua orang tua (Waryoto dan Sri Rahayu) yang telah memberikan doa, dukungan, materi, motivasi serta semangat.
5. Zulhifan Fatatiyar, yang telah menemani dan membantu dalam menyusun skripsi ini.
6. Nanda, Leni, dan Yulita yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama melaksanakan penelitian.
7. Saudara, dan Keluarga yang telah memberikan dukungan.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun peneliti berharap laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Demikian laporan skripsi ini peneliti susun. Akhir kata peneliti sampaikan terimakasih.

*Wassalamualaikum warahhmatullahi wabarakatuhh*

Yogyakarta, 10 Januari 2025

Mefina Wulandari

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *brand image*, promosi, dan *customer rating* terhadap keputusan pembelian gudeg yu djum melalui aplikasi grabfood di Yogyakarta. Sampel penelitian adalah mereka yang mengetahui dan memahami *customer rating*. Dan juga pernah melakukan pembelian gudeg yu djum melalui aplikasi grabfood. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian Gudeg Yu Djum melalui aplikasi GrabFood minimal satu kali. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan Program IBM SPSS Statistics 27. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *brand image* (X1) tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel promosi (X2) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel *customer rating* (X3) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci :** *Brand Image*, Promosi, *Customer rating*, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze the influence of brand image, promotion, and customer rating on the purchasing decision of Gudeg Yu Djum through the GrabFood application in Yogyakarta. The research sample consists of individuals who are aware of and understand customer ratings and have previously purchased Gudeg Yu Djum through the GrabFood application. The sampling technique used in this study is non-probability sampling, specifically purposive sampling. The sample includes individuals who have purchased Gudeg Yu Djum through the GrabFood application at least once. Data analysis was conducted using multiple linear regression analysis with IBM SPSS Statistics 27 software. The results of the analysis indicate that the brand image variable (X1) does not have a influence on purchasing decisions, while the promotion variable (X2) and customer rating variable (X3) both have a influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Brand Image, Promotion, Customer rating, Purchasing Decision.*

## DAFTAR ISI

|                                             |     |
|---------------------------------------------|-----|
| LEMBAR PERSETUJUAN.....                     | ii  |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                     | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS .....       | iv  |
| PERSEMBAHAN .....                           | v   |
| MOTTO.....                                  | vi  |
| KATA PENGANTAR.....                         | vii |
| ABSTRAK .....                               | ix  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                       | x   |
| DAFTAR ISI .....                            | xi  |
| DAFTAR TABEL.....                           | xiv |
| DAFTAR GAMBAR .....                         | xv  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                       | xvi |
| BAB I .....                                 | 1   |
| PENDAHULUAN .....                           | 1   |
| A. Latar Belakang Masalah.....              | 1   |
| B. Rumusan Masalah .....                    | 5   |
| C. Batasan Masalah.....                     | 5   |
| D. Tujuan Penelitian.....                   | 6   |
| E. Manfaat Penelitian .....                 | 7   |
| BAB II.....                                 | 9   |
| LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS..... | 9   |
| A. Landasan Teori .....                     | 9   |

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| 1. <i>Brand Image</i> .....                                      | 10 |
| 2. Promosi .....                                                 | 13 |
| 3. <i>Customer rating</i> .....                                  | 14 |
| 4. Keputusan Pembelian.....                                      | 16 |
| B. Penelitian Terdahulu.....                                     | 20 |
| C. Perumusan Hipotesis.....                                      | 22 |
| D. Kerangka Penelitian .....                                     | 25 |
| BAB III .....                                                    | 26 |
| METODOLOGI PENELITIAN.....                                       | 26 |
| A. Definisi Konsep.....                                          | 26 |
| B. Definisi Operasional.....                                     | 27 |
| C. Jenis Penelitian.....                                         | 29 |
| D. Jenis dan Sumber Data .....                                   | 29 |
| E. Populasi dan Sampel .....                                     | 30 |
| F. Metode Pengumpulan Data .....                                 | 31 |
| G. Uji Instrumen .....                                           | 32 |
| H. Uji Asumsi Dasar .....                                        | 33 |
| I. Uji Asumsi Klasik .....                                       | 34 |
| J. Uji F ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....                        | 35 |
| K. Uji Hipotesis .....                                           | 36 |
| L. Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) ..... | 37 |
| BAB IV .....                                                     | 39 |
| GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA.....                  | 39 |
| A. Gambaran Umum Perusahaan.....                                 | 39 |
| 1. Sejarah Perusahaan.....                                       | 39 |

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| 2. Cabang Gudeg Yu Djum .....                                    | 42 |
| 3. Logo Gudeg Yu Djum .....                                      | 43 |
| B. Analisis Data .....                                           | 43 |
| 1. Karakteristik Responden .....                                 | 43 |
| 2. Uji Instrumen .....                                           | 45 |
| 3. Uji Asumsi Dasar .....                                        | 48 |
| 4. Uji Asumsi Klasik .....                                       | 49 |
| 5. Uji F (Uji <i>Goodness of Fit</i> ) .....                     | 52 |
| 6. Uji Hipotesis .....                                           | 53 |
| 7. Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) ..... | 56 |
| 8. Pembahasan.....                                               | 57 |
| BAB V.....                                                       | 61 |
| KESIMPULAN DAN SARAN.....                                        | 61 |
| A. Kesimpulan .....                                              | 61 |
| B. Saran.....                                                    | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                              | 64 |
| LAMPIRAN.....                                                    | 68 |