

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN CEPAT SAJI
MCDONALD'S LODAYA BOGOR**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI SALAH
SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN**

Oleh

AYU TANTRI

NPM S1-0215-080



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA
BOGOR**

2019

PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA

PENGESAHAN SKRIPSI

**JUDUL : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN CEPAT
SAJI MCDONALD'S LODAYA BOGOR (STUDI KASUS KONSUMEN
MCDONALD'S LODAYA BOGOR)**

OLEH : AYU TANTRI

NPM : S10215080

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(DEDY MULYADI, S.Si., M.Kom)

(VERA CLARA SIMANJUNTAK, S.Sos., MM)

**BOGOR, AGUSTUS 2019
KETUA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA**

(Dr. YULI ANWAR, SE., M.Ak)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat dan anugrah kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Cepat Saji McDonald’s Lodaya Bogor”. Penyusunan skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Ketua STIE Binaniaga Bogor.
2. Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom., selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan tenaga dan pikiran terhadap skripsi ini.
3. Ibu Vera Clara Simanjuntak, S.Sos., MM., selaku dosen pembimbing kedua yang telah mencurahkan tenaga dan pikiran terhadap skripsi ini.
4. Keluarga dan rekan-rekan saya tercinta (Sela, Sari, Devi, Rubbi, Diva) yang telah memberikan motivasi dan saling support satu sama lain.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan pahala atas kebaikannya.

Penulis sangat menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak penulis harapkan demi kesempurnaan penelitian skripsi ini. Semoga penelitian skripsi ini dapat memberikan informasi serta

menambah pengetahuan kita semua. Akhir kata penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan penelitian skripsi ini.

Bogor, Agustus 2019

(Ayu Tantri)

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Kegunaan Penelitian	11
G. Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
1. Pemasaran	13
2. Manajemen Pemasaran	13
3. Bauran Pemasaran	14
4. Citra Merek	15
5. Kualitas Produk	18
6. Promosi	20
7. Keputusan Pembelian	25
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODELOGI PENELITIAN	33
A. Metode Penelitian	33

B. Variabel Penelitian	33
C. Populasi dan Sampel	33
D. Operasional Variabel	35
E. Metode Pengumpulan Data	37
F. Metode Analisis Data	38
G. Pengujian Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Sejarah Perusahaan	46
B. Statistik Deskriptif	48
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	51
D. Profil Responden	57
E. Uji Asumsi Klasik	60
F. Uji Hipotesis	67
G. Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Daftar Pesaing McDonald's	7
Tabel 2 Top 5 <i>Brand Index</i>	8
Tabel 3 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4 Operasional Variabel	36
Tabel 5 Bobot Nilai	38
Tabel 6 Jumlah Bobot Butir Kuesioner Citra Merek	48
Tabel 7 Jumlah Bobot Butir Kuesioner Kualitas Produk.....	49
Tabel 8 Jumlah Bobot Butir Kuesioner Promosi	50
Tabel 9 Jumlah Bobot Butir Kuesioner Keputusan Pembelian	51
Tabel 10 Ringkasan Uji Validitas Variabel Citra Merek	52
Tabel 11 Ringkasan Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	53
Tabel 12 Ringkasan Uji Validitas Variabel Promosi	54
Tabel 13 Ringkasan Uji Validitas Keputusan Pembelian	54
Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	55
Tabel 15 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	56
Tabel 16 Hasil Uji Reliabilitas Promosi	56
Tabel 17 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 18 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 19 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 20 Hasil Uji Normalitas Citra Merek	60
Tabel 21 Hasil Uji Normalitas Kualitas Produk	61
Tabel 22 Hasil Uji Normalitas Promosi	62
Tabel 23 Hasil Uji Normalitas Keputusan Pembelian	63
Tabel 24 Hasil Uji Multikolinearitas	64

Tabel 25 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	65
Tabel 26 Hasil Analisis Secara Parsial	67
Tabel 27 Hasil Analisis Secara Simultan	70
Tabel 28 Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Proses Keputusan Pembelian	26
Gambar 2 Kerangka Berpikir	31
Gambar 3 Logo McDonald's	46
Gambar 4 Grafik Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 5 Grafik Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	59
Gambar 6 Grafik <i>Scatterplot</i>	65

ABSTRAK

Ayu Tantri : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Cepat Saji McDonald's Lodaya Bogor

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian di restoran cepat saji McDonald's Lodaya Bogor. Populasi penelitian ini yaitu konsumen McDonald's Lodaya Bogor yang melakukan kunjungan minimal 2 kali. Sampel diambil dengan teknik *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner Analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji hipotesis t, uji hipotesis F, dan koefisien determinasi.

Penelitian ini menunjukkan secara parsial citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,087 dan derajat signifikansi 0,280. Sedangkan kualitas produk dan promosi masing-masing berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian secara simultan citra merek, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Kulaitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian