

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Pada Mcdonald's Citra Raya)**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2021

PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN BRAND IMAGE

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Pada Mcdonald's Citra Raya)

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Syohrian

NIM : 43117010035

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syohrian

Nim : 43117010035

Program Studi : Manajemen SI

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 April 2021



Syohrian
Nim : 43117010035

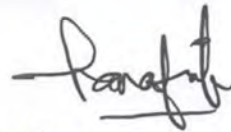
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Syohrian
Nim : 43117010035
Program Studi : Manajemen S1
Judul Penelitian : Pengaruh Promosi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada McDonald's Citra Raya)
Tanggal Lulus Ujian : 10 Maret 2021

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Dr. Yanto Ramli, MM.
Tanggal : 23/03/2021

Ali Hanafiah, SE,MM
Tanggal : 22/03/21

MERCU BUANA

Dekan,

ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Dr. Harnoviansah, Ak., M.Si., CA
Tanggal :



Dr. Daru Asih, M.Si
Tanggal :

ABSTRAK

Mayoritas masyarakat Indonesia mengkonsumsi makanan yang disajikan dengan cepat dan sederhana. Dengan begitu banyaknya masyarakat yang mengkonsumsi makanan yang bersifat cepat saji adalah satu kebiasaan yang belakangan ini yang mulai terjadi di Indonesia, orang-orang Indonesia kini cenderung mengkonsumsi makanan cepat saji dan makanan yang memiliki harga terjangkau. Berdasarkan data kementerian pertanian, makanan cepat saji pada saat ini meningkat 28%, dengan demikian data ini juga menunjukkan konsumsi makanan siap saji di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mcdonald di daerah Citra Raya Cikupa. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen/pembeli yang berbelanja di Mcdonald Citra Raya Cikupa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 155 responden. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM dan pengolahan data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Promosi, Harga, *Brand Image*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

The majority of Indonesians consume food served quickly and simply. With so many people who consume fast food is a habit that recently began to occur in Indonesia, Indonesians now tend to consume fast food and foods that have affordable prices. Based on data from the Ministry of Agriculture, fast food is currently increasing by 28%, thus this data also shows that the consumption of ready meals in Indonesia continues to increase every year.

The purpose of this study is to find out the influence of promotion, price and brand image on consumer purchasing decisions at Mcdonald's in Citra Raya Cikupa area. The subjects in this study were consumers who shopped at Mcdonald Citra Raya Cikupa. The samples used in this study were 155 respondents. Sampling method is done by convenience sampling method. This study uses SEM data analysis techniques and data processing using Partial Least Square (PLS). The results of this study showed that promotions have a positive and significant influence on purchasing decisions, prices have a positive and significant influence on purchasing decisions, brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Promotion, Price, Brand Image, purchasing decision.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Mcdonald’s Citra Raya)”**

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak khususnya Bapak Yanto Ramli selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya. motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bpk Dr. Yanto Ramli, MM. selaku Dosen Pembimbing proposal skripsi saya.
5. Seluruh dosen yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
6. Kedua orangtua tercinta yang selalu memberikan doa, serta dukungan baik moril maupun materil.
7. Teman seperjuangan dan para senior, khususnya Devi Tri Utami dan seluruh anggota Marketingsquad yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca

pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 23 April 2021



Syohrian



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
2. Promosi.....	15
3. Harga	20
4. Brand image	22
5. Keputusan Pembelian	25
B. Kajian Terdahulu	30
C. Kerangka Pemikiran	35
D. Pengembangan Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
1. Waktu Penelitian	39
2. Tempat Penelitian.....	39
B. Desain Penelitian	39

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	40
1. Variabel independen	41
2. Variabel Dependen.....	42
D. Pengukuran Variabel.....	45
E. Populasi dan Sampel Penelitian	46
1. Populasi	46
2. Sampel Penelitian.....	46
F. Teknik Pengumpulan Data	47
G. Jenis Data.....	48
H. Metode Analisis Data.....	48
1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i>	48
2. Uji Instrumen.....	49
3. <i>Partial Least Square (PLS)</i>	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
B. Statistik Deskriptif	57
1. Deskripsi Responden.....	57
2. Deskripsi Variabel.....	59
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i>	63
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	63
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	70
a. Nilai R-square (R^2).....	71
b. <i>Prediction Relevance (Q2)</i>	72
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	73
D. Pembahasan Hasil Penelitian	75
1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	75
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	75
3. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. Simpulan	77
B. SARAN	78

DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survei Keputusan Pembelian Mcdonald	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert.....	45
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.2 Usia Responden.....	58
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	59
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	59
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	60
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Brand Image	61
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.8 Hasil pengujian <i>convergent Validity</i>	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)	69
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Compostie Reliability dan Cronbach's Alpha	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2).....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Nilai Q-Square (Q^2).....	72
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Merek Perusahaan Makanan Cepat Saji.....	6
Gambar 1.2 Laporan Pendapatan Penjualan.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS.....	64
Gambar 4.2 Hasil Uji Bootstrapping.....	74

