

**PENGARUH GAYA HIDUP, LOKASI DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
RESTORAN MAKANAN CEPAT SAJI
(Pada Restoran McDonalds Larangan Ciledug)**

SKRIPSI



UNIV Disusun oleh :
MERCU BUANA
Nama : Yunita Tri Handayani
NIM : 43117010286

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2021

**PENGARUH GAYA HIDUP, LOKASI DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
RESTORAN MAKANAN CEPAT SAJI
(Pada Restoran McDonalds Larangan Ciledug)**

SKRIPSI

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



Disusun oleh :

**Nama : Yunita Tri Handayani
NIM : 43117010286**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yunita Tri Handayani

NIM : 43117010286

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni 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 melakukan tindakan plagiat (penjiplak).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.



Jakarta, 29 September 2021



(Yunita Tri Handayani)

Nim: 43117010286

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yunita Tri Handayani
NIM : 43117010286
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Restoran Makanan Cepat Saji (Pada Restoran McDonalds Larangan Ciledug)
Tanggal Sidang : 29 September 2021

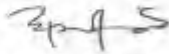
Disahkan oleh

Pembimbing



Dr. Ir. Zulfetri MP, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 10210608



Please Scan QR Code to Verify

UNIVERSI
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai pengaruh apa saja yang mempengaruhi Keputusan Pembelian pada produk restoran makanan cepat saji di Indonesia. Variabel dependen yang di dapatkan dari hasil pra survei adalah Gaya Hidup, Lokasi dan Promosi. Sedangkan variabel dependen yang di dapatkan adalah Keputusan Pembelian. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Structural Equation Model (SEM) dengan alat pengolahan data menggunakan PLS. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk berwilayah tinggal di Larangan Ciledug dengan sampel 105 responden. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, serta Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Lokasi, Promosi, Keputusan Pembelian, Produk Restoran Makanan Cepat Saji



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to discuss what influences affect purchasing decisions on fast food restaurant products in Indonesia. The independent variables obtained from the presurvey results are Lifestyle, Location and Promotion. While the independent variable obtained is the Purchase Decision. The data analysis technique used in this research is the Structural Equation Model (SEM) technique with data processing tools using PLS. The population in this study were residents of the area living in Larangan Ciledug with a sample of 105 respondents. In this study, the sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling technique. By using a quantitative descriptive approach. The results of this study indicate that Lifestyle has a positive and significant effect on Purchase Decisions, Location has a positive and insignificant effect on Purchase Decisions, and Promotion has a positive and significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: *Lifestyle, Location, Promotion, Purchase Decision, Fast Food Restaurant Products.*



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 Gaya Hidup, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Restoran Makanan Cepat Saji (Pada restoran McDonalds Larangan Ciledug). Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Ir. Zulfitri MP., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat serta 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 skripsi penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin

berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marpala, SE,MM selaku Sekretaris I Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
5. Kedua orangtua tercinta Bapak Said Susanto dan Ibu Endang Purwanti yang telah menjadi motivasi terbesar saya yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
7. Kaka saya tercinta Heru Kristanto yang selalu membantu saya dan Dicky Setiawan yang selalu membantu dan memotivasi ketika saya sedang jenuh untuk mengerjakan skripsi ini.
8. Ilham Maulana, Puti Salsabila, Syifa Narisya, Fitri Febriyanti, Anggun Alsabilla yang selalu mendengarkan keluh kesah peneliti dan memberikan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Sahabat dan seperjuangan saya Puti Salsabila, Syifa Narisya, Fatayat Syifa, Filza Naufal, Gazhali Mohammad. Terimakasih sudah memberikan dukungan motivasi, doa serta membantu dalam penyusunan skripsi ini.

10. Kepada sahabat tercinta saya Putri Andini, Anggun Salsabila, Indira Desvirana, Fany Fazarina, Helsa Felianti, Aulia Agustin, Nazla Elmanda, Latifah Ramadhon, Anisya Rasfajani, Rizka Oktaviani, Tasya Larasati, Dita Ayu, Galluh, Tia Lestari. Terimakasih sudah memberikan dukungan motivasi dan doa untuk peneliti dalam menyusun peneliti skripsi ini

11. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari katasempurna. 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 katadengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 29 September 2021

Yunita Tri Handayani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	15
D. Kontribusi Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
A. KAJIAN PUSTAKA	17
1. Pengertian Manajemen	17
2. Pengertian Pemasaran	17
3. Keputusan Pembelian	18
4. Gaya Hidup	23
5. Lokasi	27
6. Promosi	32
7. Makanan Cepat Saji	37
8. Penelitian Terdahulu	37
B. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	41

1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Restoran McDonalds	41
2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Restoran McDonalds	43
3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Restoran McDonalds	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Waktu dan Tempat Penelitian	46
B. Desain Penelitian	46
C. Definisi dan Operasional Variabel	47
1. Definisi Variabel	47
2. Operasionalisasi Variabel	47
D. Skala Pengukuran Variabel	50
E. Populasi dan Sampel Penelitian	51
1. Populasi Penelitian	51
2. Sampel Penelitian	52
F. Teknik Pengumpulan Data	52
G. Metode Analisis Data	53
1. Analisis Deskriptif dengan IBM SPSS Statistic 23	53
2. SEM (Structural Equation Modeling) – PLS (Partial Least Square)	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
B. Statistik Deskriptif	58
1. Deskripsi Responden	59
2. Deskripsi Variabel	63
C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	66
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	67
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	76
D. Pembahasan Hasil Penelitian	80
1. Pengaruh <i>Gaya Hidup</i> Terhadap Keputusan Pembelian	80

2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	83
3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	84
BAB V SIMPULAN & SARAN	86
A. Simpulan	86
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	94



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Restoran <i>Fastfood</i>	8
Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Restoran Cepat Saji	9
Tabel 1.3 Pra Survey	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	49
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	50
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Usia	60
Tabel 4.3 Pekerjaan	60
Tabel 4.4 Pendapataan	61
Tabel 4.5 Tingkat Pendidikan	62
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup (<i>GH</i>)	63
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Lokasi (<i>L</i>)	64
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi (<i>P</i>)	65
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Keputusan Pembelian (<i>KP</i>)	66
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	68
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	71
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading Modifikasi)</i>	73
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted(AVE)</i>	74
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)</i>	75
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Nilai R-Square	77
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Presentase Intensitas Konsumsi Makanan Cepat Saji	3
Gambar 1.2	Promosi McDonalds Di Media Sosial Instagram	6
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	45
Gambar 4.1	Hasil Uji Instumen Algoritma PLS	68
Gambar 4.2	Hasil Uji Instumen Algoritma PLS (Modifikasi)	70
Gambar 4.3	Hasil Uji Bootsraping	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner	94
Lampiran II. Karakteristik Responden	95
Lampiran III. Pra Survey	96
Lampiran IV. Tabulasi Penelitian	98
Lampiran V. Hasil Output SPSS 23	113
1. Karakteristik Jawaban Responden	113
a. Variabel Gaya Hidup	113
b. Variabel Lokasi	113
c. Variabel Promosi	113
d. Variabel Keputusan Pembelian	114
Lampiran VI. Hasil Output PLS 3.0	114
1. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi)	114
2. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	115
3. Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (Cross Loading Modifikasi)	116
4. Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	117
5. Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (Fornell Larcker Critetion)	118
6. Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	118
7. Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>	118
8. Hasil Pengujian Hipotesis	118
9. Uji <i>Bootstrapping</i>	119