

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN SERTA
DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN MCDONALD'S DKI JAKARTA**

SKRIPSI



Nama : Fahira Ardianti Khoirunnisa

NIM : 43119010153

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

JAKARTA

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN SERTA
DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN MCDONALD'S DKI JAKARTA**

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Fahira Ardianti Khoirunnisa
NIM : 43119010153

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

2023

SURAT PERYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fahira Ardianti Khoirunnisa
NIM : 43119010153
Program Studi : Manajemen S1

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Jakarta, 10 April 2023



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Fahira Ardianti Khoirunnisa
NIM: 43119010153

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fahira Ardianti Khoirunnisa
NIM : 43119010153
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Serta Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MCDONALD'S DKI Jakarta
Tanggal Sidang : 13 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yuli Harwani, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233177



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan layanan serta *digital marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen McDonald's DKI Jakarta. Penelitian ini termasuk dalam desain penelitian deskriptif. Pelanggan McDonald's merupakan populasi penelitian. Dengan menggunakan metodologi kuantitatif peneliti memilih sampel 145 responden dari sekelompok pelanggan McDonald's melalui metode kuantitatif dan diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan skala *ordinal* untuk masing-masing variabel. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian McDonald's, Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian McDonald's, *Digital Marketing* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian McDonald's.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Layanan, *Digital Marketing*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of product and service quality as well as digital marketing on consumer purchasing decisions at McDonald's DKI Jakarta. This research includes a descriptive research design. McDonald's customers constitute the study population. Using quantitative research methodology, researchers selected a sample of 145 respondents from a group of McDonald's customers using quantitative methods and processed it using SPSS version 25 software. Data collection in this research used a questionnaire prepared based on an ordinal scale for each variable. The results of this research state that product quality has a positive and significant influence on McDonald's purchasing decisions, Service has a positive and significant influence on McDonald's purchasing decisions, Digital Marketing has no positive influence on McDonald's purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Service, Digital Marketing, Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan serta *Digital Marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen Mcdonald’s di Dki Jakarta”. Proposal skripsi ini merupakan sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

. Dengan segenap hati peneliti ingin mengucapkan bentuk terima kasih kepada Ibu Dr. Yuli Harwani, MM selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengarahan, dan nasehat yang sangat bermanfaat demi menyusun skripsi ini sehingga dapat terselesaikan. Peneliti menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan proposal skripsi ini memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan kali ini peneliti ingin berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.SI,Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
4. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Bapak Eri Marlapa SE., MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
5. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku Dosen Metodologi Penelitian Pemasaran
6. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen
7. Teristimewa, Mama tercinta, Bapak, serta adik dan kakak atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh do’a yang ditunjukkan kepada peneliti.

8. Fajar dan Nimas, atas seluruh bantuan, diskusi, serta dukungan dalam penyusunan penelitian ini
9. Teman-temanku di Program Studi S1 Manajemen Angkatan 2019, atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini

Dalam penyelesaian proposal ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas proposal skripsi ini. Peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan pengetahuan tentang penelitian ini.



Jakarta, 20 Juli 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

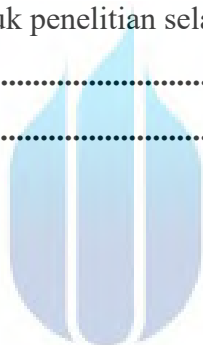
Fahira Ardianti Khoirunnisa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
A. Kajian Pustaka	15
1. Manajemen Pemasaran.....	15
a. Pengertian Pemasaran	15
b. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	16
2. Teori Perilaku Konsumen.....	17
3. Kualitas Produk	17
a. Pengertian Kualitas Produk.....	17
b. Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	18
c. Indikator Kualitas Produk	19
4. Kualitas Pelayanan	20
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	20
b. Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan	21
c. Indikator Kualitas Pelayanan.....	22
5. <i>Digital Marketing</i>	23
a. Pengertian <i>Digital Marketing</i>	23

b.	Indikator <i>Digital Marketing</i>	24
6.	Keputusan Pembelian Konsumen.....	25
a.	Faktor Keputusan Pembelian Konsumen	26
b.	Indikator Keputusan Pembelian Konsumen.....	27
B.	Penelitian Terdahulu	29
C.	Hubungan Antar Variabel.....	32
D.	Pengembangan Hipotesis	35
BAB III	METODE PENELITIAN.....	37
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
B.	Desain Penelitian	37
C.	Definisi dan Operasional Variabel.....	38
D.	Skala Pengukuran Variabel.....	42
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
1.	Populasi Penelitian	42
F.	Metode Pengumpulan Data.....	44
G.	Metode Analisis Data.....	44
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A.	Gambaran Umum McDonald's.....	49
B.	Deskripsi Responden	51
1.	Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
2.	Deskripsi Responden Variabel Kualitas Produk	52
3.	Deskripsi Responden Variabel Layanan	53
4.	Deskripsi Responden Variabel <i>Digital Marketing</i>	54
5.	Deskripsi Responden Variabel Keputusan Pembelian	55
C.	Uji Instrumen Data.....	56
1.	Uji Validitas	56
2.	Uji Reabilitas	59
D.	Uji Asumsi Klasik.....	61
1.	Uji Normalitas	61
2.	Uji Multikolinearitas	62
3.	Uji Heteroskedastisitas	63

E.	Uji Regresi Linear Berganda	64
1.	Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	64
2.	Uji Efek Simultan (SET) (Uji F)	65
3.	Uji Parsial (Uji T).....	66
F.	Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		70
A.	Kesimpulan	70
B.	Saran	70
1.	Saran Untuk Perusahaan.....	71
2.	Saran untuk penelitian selanjutnya.....	71
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN.....		77



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survey.....	10
Tabel 1. 2 Gap Research	12
Tabel 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	27
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	39
Tabel 3. 2 Skala Ordinal.....	42
Tabel 4. 1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 4. 2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	52
Tabel 4. 3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Layanan	53
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Digital Marketing.....	54
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4. 6 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test	61
Tabel 4. 7 Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4. 8 Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4. 9 Uji Koefisien Determinasi	65
Tabel 4. 10 Uji F	66
Tabel 4. 11 Uji Parsial (Uji T)	67
Tabel 4. 11 Uji Parsial (Uji T)	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Skor Indeks Merek Makanan Cepat Saji Indonesia Pada Tahun 2021	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	35

