

**PENGARUH CITRA MEREK ,KUALITAS LAYANAN,DAN
GETOK TULAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MCDONALD'S DI MERUYA**

SKRIPSI



UNIVERSITAS : Agnes Zefanya
Nim : 43120010244
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2024

**PENGARUH CITRA MEREK ,KUALITAS LAYANAN,DAN
GETOK TULAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MCDONALD'S DI MERUYA**

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Agnes Zefanya
Nim : 43120010244

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agnes Zefanya

NIM : 43120010244

Program Studi : 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 (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2024



Agnes Zefanya

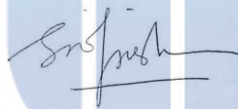
NIM 43120010244

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Agnes Zefanya
NIM : 43120010244
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN, DAN GETOKTULAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MCDONALD'S DI MERUYA
Tanggal Sidang : 19 Juli 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Sari Puspitarini, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1



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



Dudi Permana, Ph.D Manajemen

LPTA 04244024



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh variabel citra merek ,kualitas pelayanan,dan getok tular terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana yang pernah membeli McDonald's di Meruya. Pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada mahasiswa jurusan manajemen yang pernah membeli McDonald's di Meruya sebagai sampel. Sampel pada penelitian ini berjumlah 130 sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* dengan *software* Smart PLS 4.0. Penelitian ini membuktikan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Getok Tular berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Getok Tular, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research aims to determine and test the influence of brand image, service quality and friendly contact variables on purchasing decisions. This research uses quantitative research methods. The population in this study were Mercu Buana University students who had bought McDonald's in Meruya. Data collection in this research was obtained by distributing questionnaires to students majoring in management who had bought McDonald's in Meruya as a sample. The sample in this study amounted to 130 samples. The sampling technique used was purposive sampling method. Data analysis used in this research used Partial Least Square with Smart PLS 4.0 software. This research proves that brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions. Service quality positive and has no significant effect on purchasing decisions. Word of mouth positive and has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Quality of Service, Word Of Mouth, Decision Purchase



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas nikmat dan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek ,Kualitas Layanan, dan Getok Tular Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald’s di Meruya ”** dalam kurun waktu yang sudah ditentukan. .Skripsi ini ditulis atas ketertarikan penulis terhadap McDonald’s. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penulisan skripsi ini, tidak jarang mendapatkan kesulitan dan hambatan selama proses penulisan skripsi . Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Sari Puspitarini,S.E.,M.M, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini dan ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah membantu memperlancar proses penulisan, antara lain:

1. Bapak Prof Dr. Andi Andriansyah, 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. Ibu Aldina Shiratina, SE., M.Si., Dr, selaku dosen mata kuliah tugas akhir yang telah memberikan materi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Daru Asih, Dr., M.Si, selaku dosen mata kuliah metodologi Penelitian pemasaran yang memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan

dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 30 Mei 2023

Agnes Zefanya



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN 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
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka.....	14
1. Pemasaran	14
2. Manajemen Pemasaran	15
3. Teori <i>Reasoned Action</i>	16
4. Teori <i>Stimulus Organism Respons</i> (SOR).....	17
5. Keputusan Pembelian	17
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	20
6. Citra Merek	22
a. Pengertian Citra Merek	22
b. Dimensi dan Indikator Citra Merek	24
c. Tujuan Merek	25
d. Manfaat Merek	25
6. Kualitas Pelayanan.....	26

a.	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	26
b.	Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan.....	27
c.	Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan.....	28
7.	Getok Tular.....	29
a.	Pengertian Getok Tular.....	29
b.	Dimensi dan Indikator Getok Tular.....	30
d.	Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Getok Tular.....	32
8.	Penelitian Terdahulu.....	33
B.	Pengembangan Hipotesis.....	39
1.	Pengembangan Hipotesis dan Hubungan Antar Variabel.....	39
2.	Kerangka Konseptual.....	41
3.	Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....		43
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	43
B.	Desain Penelitian.....	43
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	44
1.	Definisi Variabel.....	44
2.	Operasionalisasi Variabel.....	45
D.	Skala Pengukuran.....	49
E.	Populasi dan Sampel.....	50
1.	Populasi.....	50
2.	Sampel.....	50
F.	Metode Pengumpulan Data.....	51
G.	Metode Analisis Data.....	52
1.	Analisis Deskriptif.....	52
2.	Uji Instrumen.....	53
3.	Analisis <i>Partial Least Square</i>	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
A.	Analisis Deskriptif.....	57
1.	Sejarah Perusahaan.....	57
a.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
b.	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	58

2.	Karakteristik Profil Responden	58
a.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
b.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
c.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
d.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
B.	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	61
1.	Deskripsi Variabel Citra Merek	61
2.	Deskripsi Variabel Kualitas Layanan.....	63
3.	Deskripsi Variabel Getok Tular.....	64
4.	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	66
C.	Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	68
1.	Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	68
2.	<i>Structural Equation Model (Inner Model)</i>	78
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	82
1.	Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	82
2.	Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	83
3.	Getok Tular Terhadap Keputusan Pembelian	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		86
A.	Kesimpulan	86
B.	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....		89
LAMPIRAN.....		96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Restoran <i>Fast Food</i> Indonesia	2
Tabel 1.2 Hasil Data Pra Survei	5
Tabel 1.3 Hasil Pra Survei Variabel Citra Merek	8
Tabel 1.4 Hasil Pra Survei Variabel Kualitas Layanan	10
Tabel 1.5 Hasil Pra Survei Variabel Getok Tular	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Operasional Konsep Variabel	46
Tabel 3.2 Skala Likert	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Variabel Citra Merek	63
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan	65
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Variabel Getok Tular	66
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	69
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	70
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (Kriteria <i>Fornell-Lacker</i>)	73
Tabel 4.12 <i>Heterotrait-monotrait ratio</i>	74
Tabel 4.13 <i>Cross Loading</i>	75
Tabel 4.14 Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	76
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	77
Tabel 4.16 Koefisien Determinan (R^2)	78
Tabel 4.17 <i>F-Square</i>	79
Tabel 4.18 <i>Q-Square</i>	80
Tabel 4.19 Uji Hipotesis	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Restoran McDonald's	3
Gambar 1.2 Faktor mempengaruhi keputusan pembelian	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	43
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	70
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	73
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	82

