

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN McD ARTHA GADING

Oleh:

Nama : Natanael

NIM : 24189058

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2022

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN McD ARTHA GADING

Diajukan Oleh:

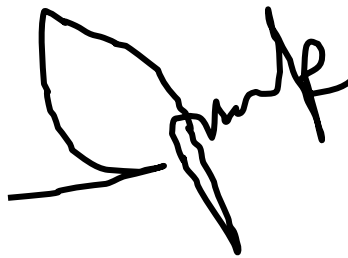
Nama : Natanael

NIM : 24189058

Jakarta, 28 Maret 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Tumpal JRS, Ir.,M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN McD ARTHA GADING

Diajukan Oleh:

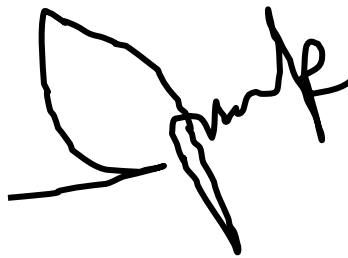
Nama : Natanael

NIM : 24189058

Jakarta, 28 Maret 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Tumpal JRS, Ir.,M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

ABSTRAK

Natanael / 24189058 / 2022 / Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian McD Artha Gading/ Pembimbing: Tumpal JRS, Ir.,M.M.

Saat ini, pertumbuhan industri kuliner yaitu *fast food* berkembang pesat dan jumlah peminat yang semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini membuat persaingan bisnis juga semakin ketat. Setiap perusahaan harus dapat menciptakan strategi yang tepat agar dapat bersaing dengan para kompetitor. Perusahaan waralaba yang mampu menarik minat dan perhatian salah satunya yaitu McDonald's, meskipun begitu McDonald's harus merancang strategi persaingan bisnis yang akurat. Salah satu aspek yang dapat dipertimbangkan ialah keputusan pembelian konsumen yang dipengaruhi oleh promosi dan harga.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah promosi, harga, dan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, promosi dan harga sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Objek penelitian ini adalah McDonald's. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada 100 responden yang pernah membeli dan mengonsumsi produk McDonald's selama tahun 2021.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, harga telah terbukti memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, sehingga semua hipotesis dapat diterima.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah promosi dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian McDonald's.

Kata Kunci: Promo, Harga, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

Natanael / 24189058 / 2022 / *The Influence of Promotion and Price on McD Purchase Decision* Artha Gading/ Advisor: Tumpal JRS, Ir.,M.M.

Currently, the growth of the culinary industry, namely fast food, is growing rapidly and the number of enthusiasts is increasing every year. This makes business competition even tougher. Every company must be able to create the right strategy in order to compete with competitors. One of the franchise companies that are able to attract interest and attention is McDonald's, even so McDonald's must design an accurate business competition strategy. One aspect that can be considered is consumer purchasing decisions that are influenced by promotions and prices.

The theory used in this research is promotion, price, and purchase decision. In this study, promotion and price as independent variables and purchasing decisions as the dependent variable.

The object of this research is McDonald's. The sampling technique used in this study is a non-probability sampling technique with a judgment sampling approach. The data collection technique used is a communication technique by distributing questionnaires electronically through Google Forms to 100 respondents who have bought and consumed McDonald's products during 2021.

The results showed that promotion, price has been shown to have a positive influence on purchasing decisions, so all hypotheses can be accepted.

The conclusion of this study is that promotion and price have a positive effect on McDonald's purchasing decisions

Keywords: Promotion , Price, Purchasing Decisions.





KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan kasih karunia-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Harga terhadap keputusan pembelian McDonalds Artha Gading” yang dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Penyusunan skripsi diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis mendapat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tumpal J.R. Sitinjak, Ir.,M.M selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
2. Keluarga penulis yang mendukung penulis dan memberikan motivasi selama proses penyusunan skripsi.
3. Teman-teman penulis di kampus maupun di luar kampus, yang telah banyak membantu dan mendukung penulis dalam bentuk motivasi, ilmu, dan waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari para pembaca agar penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik di masa yang akan datang.

Jakarta, 28 Maret 2022

Penulis

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Batasan Penelitian	9
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	9
G. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teoritis	11
1. Promosi	11
2. Harga.....	12
3. Keputusan Pembelian	15
B. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Kerangka Pemikiran	22
D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Objek Penelitian	24
B. Desain Penelitian	24
C. Variabel Penelitian	26
D. Teknik Pengambilan Sampel	28
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Teknik Analisis Data	29
1. Uji Validitas.....	29



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Uji Reliabilitas	30
3. Analisis Deskriptif	31
4. Uji Asumsi Klasik	33
1) Uji Normalitas.....	33
2) Uji Multikolinearitas.....	33
3) Uji Heteroskedastisitas	34
5. Analisis Regresi Berganda.....	34
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
B. Analisis Deskriptif.....	38
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reliabilitas	40
3. Analisis Variabel.....	42
C. Hasil Penelitian.....	45
1. Uji Asumsi Klasik.....	45
2. Analisis Regresi Berganda.....	47
D. Pembahasan	49
1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's	49
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's	50
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	51
A. Simpulan.....	51
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA.....	53

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Status Pekerja Utama dan Persentase Penduduk Bekerja.....	1
Tabel 1.2	Jumlah Peminat Restoran Cepat Saji di Indonesia	2
Tabel 1.3	<i>Top Brand Index</i> Restoran Cepat Saji Tahun 2017 – 2020	3
Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu 1	20
Tabel 2.2	Peneliti Terdahulu 2	20
Tabel 2.3	Peneliti Terdahulu 3	20
Tabel 2.4	Peneliti Terdahulu 4	21
Tabel 2.5	Peneliti Terdahulu 5	21
Tabel 3.1	Pengukuran Promosi.....	26
Tabel 3.2	Pengukuran Harga	27
Tabel 3.3	Pengukuran Keputusan Pembelian.....	28
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Promosi.....	38
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Harga	39
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	40
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi	41
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	41
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.7	Skor Rata-Rata Variabel Promosi	42
Tabel 4.8	Skor Rata-Rata Variabel Harga	43
Tabel 4.9	Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46
Tabel 4.13	Hasil Uji F	47





Tabe14. 14 Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji 1).....	47
Tabe14. 15 Koefisien Determinasi	48

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Proses Keputusan	16
Gambar 2. 2 Model Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4. 1 Logo McDonald's.....	38

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pra Kuesioner	56
Lampiran 2. Data Pra-Kuesioner	59
Lampiran 3. Hasil Output Uji Validitas	62
Lampiran 4. Hasil Output Uji Realibilitas	63
Lampiran 5. Kuesioner	64
Lampiran 6. Data Kuesioner Responden	67
Lampiran 7. Hasil Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel dan Konfiden Interval.	75
Lampiran 8. Hasil Output Analisis Data	76
Lampiran 9. Tabel R.....	79
Lampiran 10. Tabel T	80

© Hak Cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.