

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN
RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALD'S**

Oleh :

Nama : Veni Junisia

NIM : 22180314

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

MEI 2022

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.



PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALD'S

Diajukan Oleh

Nama : Veni Junisia

NIM : 22180314

Jakarta, Maret 2022

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022

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.





ABSTRAK

Veni Junisia / 22180314 / 2021 / Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Cepat Saji McDonald's // Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Pada era ini manusia semakin banyak kebutuhan yang harus dipenuhi seperti makanan, semakin banyak bisnis dalam bidang makanan yang sudah berkembang seiringnya jaman yang mendorong semakin majunya teknologi membuat makanan menjadi beranekaragam, salah satunya adalah makanan cepat saji (*Fast food*) yang sudah beredar dengan cepat, McDonald's berkembang besar sampai saat ini, membuat McDonald's pastinya memperhatikan semua faktor seperti kualitas atas produk, harga, layanan untuk para pelanggannya, agar konsumen merasa puas dan dapat kembali lagi untuk menikmatinya. Hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian McDonald's terhadap faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah Kualitas Produk, Harga, Layanan, dan Keputusan Pembelian. Penelitian ini memiliki dua jenis variabel, yaitu variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk, Harga, Layanan serta variabel dependen yang terdiri dari keputusan pembelian.

Objek pada penelitian ini adalah kalangan usia yang dimulai dari umur 16 hingga 40 tahun. Metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner melalui google form dengan jumlah 106 responden, sample dipilih dengan teknik *non-probability sampling*, yaitu *judgement sampling*. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Data penelitian ini diolah menggunakan SPSS 25.

Dari hasil yang diolah menunjukkan bahwa pada uji asumsi klasik memenuhi syarat normalitas dan residu berdistribusi normal, tidak terdapat gejala miltikolinearitas, dan juga tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di McDonald's sedangkan harga dan layanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di McDonald's, dimana artinya McDonald's harus tetap menjaga kualitas produk nya agar citra merek terhadap McDonald's selalu baik, harga dan layanan yang diberikan berarti sudah bagus dan membuat konsumen tidak terlalu memperhatikannya untuk menjadi sebuah keputusan pembelian mereka terhadap McDonald's.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Layanan , Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Veni Junisia / 22180314 / 2021 / *The Effect of Product Quality, Price and Service on Consumer Purchase Decisions at McDonald's Fast Food Restaurant // Advisor : Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.*

In this era, humans have more and more needs that must be met such as food, more and more businesses in the food sector have developed along with the times that encourage the advancement of technology to make food more diverse, one of which is fast food (Fast food) which has been circulating rapidly, McDonald's has grown enormously to date, making McDonald's definitely pay attention to all factors such as the quality of the product, price, service for its customers, so that consumers feel satisfied and can come back again to enjoy it. This makes the writer interested in doing research at McDonald's on the factors that influence purchasing decisions.

The theory used to support this research is Product Quality, Price, Service, and Purchase Decision. This study has two types of variables, namely the independent variable consisting of Product Quality, Price, Service and the dependent variable consisting of purchasing decisions.

The object of this research is the age group starting from the age of 16 to 40 years. The data collection method was by distributing questionnaires through google form with a total of 106 respondents, the sample was selected using a non-probability sampling technique, namely judgment sampling. Data were analyzed using multiple linear regression. The research data was processed using SPSS 25.

The processed results show that the classical assumption test meets the requirements for normality and the residuals are normally distributed, there are no symptoms of multicollinearity, also no symptoms of heteroscedasticity.

This study found that product quality has a significant influence on purchasing decisions at McDonald's, while price and service have an insignificant effect on purchasing decisions at McDonald's, which means that McDonald's must maintain the quality of its products so that the brand image of McDonald's is always good, price and service. given means that it is good and makes consumers not pay too much attention to it to make their purchasing decision against McDonald's.

Keywords: Product Quality, Price, Service, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Cepat Saji McDonald's” sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan mendapat gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya:

1. Papa dan Mama yang telah memberikan doa dan segala dukungan baik finansial maupun moral kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M. selaku dosen pembimbing yang banyak membantu dengan sabar, membimbing dan memberikan pengarahan dari awal, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan sangat baik.
3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu dari semester 1 hingga semester 7.
4. Para petugas perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, satpam dan karyawan lainnya yang tidak mungkin penulis sebutkan satu-persatu. Saya mengucapkan terima kasih atas seluruh bantuan dan keramahannya selama saya menjadi mahasiswa di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
5. Carelino dan Stella, selaku orang terdekat yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis dalam penulisan skripsi.
6. Teman-teman seperjuangan dan grup belajar.





7. Teman-teman Kwik Kian Gie School of Business angkatan 2018 atas kebersamaan dan dukungannya selama semester 1 hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.

8. Responden yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk mengisi kuesioner dari penulis.

9. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang turut membantu dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Penulis mengetahui akan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki dan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap agar apa yang telah penulis paparkan dalam skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membaca dan memerlukannya.

Jakarta, 1 Maret 2022

Veni Junisia

DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Penelitian.....	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
A. Landasan Teoritis.....	9
1. Produk.....	9
a. Pengertian Produk.....	9
b. Lima Tingkatan Produk.....	10
c. Klasifikasi Produk.....	10
2. Kualitas Produk.....	13
a. Pengertian Kualitas Produk.....	13
b. Dimensi Kualitas Produk.....	13
3. Harga.....	15
a. Pengertian Harga.....	15
b. Indikator Harga.....	15
c. Tujuan Penetapan Harga.....	15
d. Faktor Penetapan Harga.....	17
e. Dimensi Harga.....	18
4. Layanan.....	20
a. Pengertian Layanan.....	20





b. Karakteristik Layanan.....	20
5. Kualitas Layanan.....	21
a. Pengertian Layanan.....	21
b. Dimensi kualitas layanan.....	21
6. Keputusan Pembelian.....	23
a. Tahapan Keputusan Pembelian.....	23
b. Faktor Keputusan Pembelian.....	24
c. Dimensi Keputusan Pembelian.....	25
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Pemikiran.....	27
D. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III	30
A. Obyek Penelitian.....	30
B. Desain Penelitian.....	30
C. Variabel Penelitian.....	31
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
a. Uji Validitas.....	36
b. Uji Reliabilitas.....	37
2. Analisis Deskriptif.....	38
a. Rata-rata Tertimbang.....	38
b. Analisis Persentase.....	38
c. Rentang Skala.....	39
3. Uji Asumsi Klasik.....	40
a. Uji Normalitas.....	40
b. Uji Multikolinieritas.....	41
c. Uji Heteroskedastisitas.....	41
4. Analisis Regresi Berganda.....	42
a. Uji F.....	42

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.



BAB IV

b. Uji t.....	43
c. Koefisien Determinasi.....	43
C. Analisis Regresi Ganda.....	44
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	44
B. Profil Responden.....	47
1. Domisili.....	47
2. Usia.....	48
3. Penghasilan Perbulan.....	48
C. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	49
1. Uji Validitas.....	49
a. Validitas Variabel Kualitas Produk.....	49
b. Validitas Variabel Harga.....	50
c. Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	51
d. Validitas Variabel Keputusan pembelian.....	51
2. Uji Reliabilitas.....	52
a. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	53
b. Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	53
c. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan.....	53
d. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	54
D. Analisis Deskriptif.....	54
1. Penilaian Indikator-Indikator Variabel Kualitas Produk.....	54
2. Penilaian Indikator-Indikator Variabel Harga.....	55
3. Penilaian Indikator-Indikator Variabel Kualitas Layanan.....	56
4. Penilaian Indikator-Indikator Variabel Keputusan Pembelian.....	58
5. Uji Asumsi Klasik.....	59
a. Uji Normalitas.....	59
b. Uji Multikolinieritas.....	60
c. Uji Homoskedastisitas.....	61
Analisis Regresi Ganda.....	63
a. Uji F.....	64
b. Uji t.....	65

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



c. Koefisien Determinasi.....	67
E. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	68
BAB V	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77
Lampiran 1.....	78
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2.....	83
Lampiran 2 Data Kuesioner.....	83
Lampiran 3.....	86
Data Kuesioner Variabel Kualitas Produk.....	86
Lampiran 4.....	89
Data Kuesioner Variabel Kualitas Layanan.....	89
Lampiran 5.....	91
Data Kuesioner Variabel Harga.....	91
Lampiran 6.....	94
Data Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.....	94
Lampiran 7.....	98
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	98
Lampiran 8.....	99
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Harga.....	99
Lampiran 9.....	100
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan.....	100
Lampiran 10.....	101
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	101
Lampiran 11.....	102
Lampiran 11 Hasil Output Uji Normalitas.....	102
Lampiran 12.....	102
Lampiran 12 Hasil Output Uji Multikolinearitas.....	102

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Jl. Cipinang Permai 1, Cipinang Permai, Jakarta Timur 10410
 Telp. (021) 79900000, Fax. (021) 79900001
 Email: info@kikg.ac.id, www.kikg.ac.id

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.

Lampiran 13.....	103
Lampiran 13 Hasil Output Uji Heterokedastisitas.....	103
Lampiran 14.....	103
Lampiran 14 Hasil Output Analisis Regresi Ganda.....	103
Lampiran 15.....	103
Lampiran 15 Hasil Output Uji F.....	103
Lampiran 16.....	104
Lampiran 16 Hasil Output Uji t.....	104
Lampiran 17.....	104
Lampiran 17 Hasil Output Uji R Square.....	104
Lampiran 18.....	104
Lampiran 18 Hasil Outpus Analisis Deskriptif Rata-Rata dan Confidence Interval Variabel Kualitas Produk.....	104
Lampiran 19.....	105
Lampiran 19 Hasil Outpus Analisis Deskriptif Rata-Rata dan Confidence Interval Variabel Harga.....	105
Lampiran 20.....	105
Lampiran 20 Hasil Outpus Analisis Deskriptif Rata-Rata dan Confidence Interval Variabel Kualitas Layanan.....	105
Lampiran 21.....	106
Lampiran 21 Hasil Outpus Analisis Deskriptif Rata-Rata dan Confidence Interval Variabel Keputusan Pembelian.....	106
Lampiran 22.....	106
Lampiran 22 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	106
Lampiran 23.....	107
Lampiran 23 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	107
Lampiran 24.....	107
Lampiran 24 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan perbulan.....	107
Lampiran 25.....	107
Gambar Scatterplot Uji Homoskedastisitas.....	107
Hasil Turnitin Bab 1 & 2.....	108

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

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

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1	Butir Pertanyaan Kualitas Produk.....	32
Tabel 3.2	Butir Pertanyaan Harga.....	33
Tabel 3.3	Butir Pertanyaan Kualitas Layanan.....	34
Tabel 3.4	Butir Pertanyaan Keputusan Pembelian.....	35
Tabel 4.1	Menu McDonald's.....	46
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	47
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	48
Tabel 4.5	Uji Validitas Kualitas Produk.....	49
Tabel 4.6	Uji Validitas Harga.....	50
Tabel 4.7	Uji Validitas Kualitas Layanan.....	51
Tabel 4.8	Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	53
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan.....	53
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.13	Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk.....	54
Tabel 4.14	Skor Rata-Rata Variabel Harga.....	55
Tabel 4.15	Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan.....	57
Tabel 4.16	Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.17	Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolonieritas.....	60
Tabel 4.19	Hasil Uji Homoskedastisitas.....	63
Tabel 4.20	Model Regresi.....	64
Tabel 4.21	Hasil Uji Keberartian Model (Uji F).....	65
Tabel 4.22	Uji Signifikan Koefisien (Uji t).....	66
Tabel 4.23	Koefisien Determinasi.....	67

1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh isi karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Logo McDonald's	45
Gambar 4.2	Gambar Scatterplot Uji Homoskedastisitas.....	62

© 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.





© 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.