

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MAKANAN CEPAT SAJI  
(Studi Kasus pada Burger King Artha Gading Mall)**

**SKRIPSI**

**CANDRA PRESLEY SIMANJUNTAK  
21150000363**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MAKANAN CEPAT SAJI  
(Studi Kasus pada Burger King Artha Gading Mall)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) – Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 20 Februari 2020



**CANDRA PRESLEY SIMANJUNTAK**

NPM 2115000363

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MAKANAN CEPAT SAJI  
(Studi Kasus pada Burger King Artha Gading Mall)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata-1, Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis oleh Candra Presley Simanjuntak NPK 21150000363 di bawah bimbingan Bapak Drs. Budiono, M.Sc dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Jakarta, 20 Februari 2020

Pembimbing,



Drs. Budiono, M.Sc

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Ramadhana, BBA., M.Sc

AK-17/12/20 13





## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MAKANAN CEPAT SAJI  
(Studi Kasus pada Burger King Artha Gading Mall)**

telah diuji dalam sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEDI), pada tanggal 11 Maret 2020 dengan nilai A-

### Panitia Ujian Skripsi

1.  .....; Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  Drs. Budiono, M.Sc  
(Pembimbing)
3.  Ir. Dwi Windu Suryono, MS  
(Anggota Penguji)
4.  Drs. Hamdani M. Syah, MBA  
(Anggota Penguji)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan atas ke hadirat Tuhan YME berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Budiono, M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingannya dalam penyelesaian penulisan skripsi.
2. Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS dan Bapak Drs. Hamdani M. Syah, MBA selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Ibu Dra. Lina Nursanti, M.Si atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan untuk berdiskusi.
6. PT. Sari Burger Indonesia yang telah membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
7. Kedua Orang tua dan keluarga peneliti yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan lahir batin, dan nasehatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini (Siti, Sekar, Dhany, Muhammad Rizky, Galih, Alif, Chepy, Fahmi, Hera, Danang, Andi, Ichi).

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa didalam penelitian skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 20 Februari 2020

**CANDRA PRESLEY SIMANJUNTAK**  
NPM 21150000363

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : CANDRA PRESLEY SIMANJUNTAK  
NPM : 21150000363  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN CEPAT SAJI (Studi Kasus pada Burger King Artha Gading Mall)**

peserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta.  
Pada tanggal : 20 Februari 2020

Yang menyatakan,

CANDRA PRESLEY SIMANJUNTAK

CANDRA PRESLEY SIMANJUNTAK

NPM 21150000363

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :

Drs. Budiono, M.Sc,

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI  
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MAKANAN CEPAT SAJI  
(Studi Kasus pada Burger King Artha Gading Mall)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji pada Burger King.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif kuantitatif. Metoda yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah teknik sampling tidak terhingga dengan menggunakan rumus Arikunto. Sampel dalam penelitian ini adalah 68 respon yang melakukan pembelian di Burger King Mall Artha Gading. Metoda analisis data yang digunakan adalah koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian masing-masing sebesar 6,40%, 37,08% dan 13,54% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Adapun secara berganda pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 60,84%. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan taraf nyata 10% disimpulkan bahwa secara kualitas produk, promosi dan harga signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian hipotesis secara simultan menyimpulkan kualitas produk, promosi dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

***Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi, Harga, and Keputusan Pembelian***



<p>CANDRA PRESLEY SIMANJUNTAK  NPM 21150000363  Studi S-1 Manajemen</p>	<p>Dosen Pembimbing :  Drs. Budiono, M.Sc</p>
<p><b><i>THE INFLUENCE OF RODUCT QUALITY, PROMOTION AND PRICE ON  PURCHASE DECISIONS OF FAST FOOD  (Case Study at Burger King Artha Gading Mall)</i></b></p>	
<p><b><i>ABSTRACT</i></b></p> <p><i>This study aims to determine how much influence the quality of products, promotions and prices on fast food purchase decisions at Burger King.</i></p> <p><i>The strategy used in this study is a quantitative associative research strategy. The method used in this research is purposive sampling method. The population in this study is an infinite sampling technique using the Arikunto formula. The sample in this study was 68 responses that made purchases at Burger King Mall Artha Gading. Data analysis method used is the coefficient of determination and hypothesis testing.</i></p> <p><i>The results showed that partially the effect of product quality, promotion and price on purchasing decisions were respectively 6.40%, 37.08% and 13.54% while the rest were influenced by other variables. The multiple effects of product quality, promotion and price on purchasing decisions are 60.84%. Based on the results of hypothesis testing with a real level of 10%, it was concluded that in terms of product quality, promotion and price significant to the purchase decision. The results of hypothesis testing simultaneously conclude product quality, promotion and price have a significant effect on purchasing decisions</i></p>	
<p><b><i>Keywords: Product Quality, Promotion, Price and Purchasing Decisions</i></b></p>	

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	15
2.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	15
2.2.2. Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.2.3. Kualitas Produk.....	28
2.2.4. Pengertian Promosi .....	29
2.2.5. Pengertian Harga.....	31

	<b>Halaman</b>
2.3. Keterkaitan antar Variabel Penelitian .....	35
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3.3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3.4. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	37
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	38
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian .....	39
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	41
3.2. Populasi dan Sampel .....	41
3.2.1. Populasi penelitian .....	41
3.2.2. Sampel penelitian.....	41
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	43
3.3.1. Jenis Data.....	43
3.3.2. Metoda Pengumpulan Data .....	43
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	46
3.5. Metoda Analisis Data.....	47
3.5.1. Metoda pengolahan data .....	47
3.5.2. Metoda penyajian data .....	47
3.5.3. Analisis statistik data .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	51
4.2. Deskripsi Data Responden .....	53
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	54
4.3.1. Hasil uji validitas .....	54
4.3.2. Hasil uji reliabilitas.....	56

**Halaman**

4.4. Analisis Statistik Data .....	57
4.4.1. Analisis Koefisien Determinasi.....	57
4.4.2. Pengujian hipotesis .....	61
4.5. Temuan Hasil Penelitian .....	63
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
5.1. Simpulan .....	65
5.2. Saran.....	66
DAFTAR REFERENSI .....	67
LAMPIRAN.....	71

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 3.1.</b> Bobot Nilai Skala Likert .....	44
<b>Tabel 3.2.</b> Indikator Variabel Penelitian Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Keputusan Pembelian.....	44
<b>Tabel 3.3.</b> Indikator Interpretasi Koefisien Korelasi.....	49
<b>Tabel 4.1.</b> Instrumen Validitas variabel Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Keputusan Pembelian.....	55
<b>Tabel 4.2.</b> Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Keputusan Pembelian.....	56
<b>Tabel 4.3.</b> Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	57
<b>Tabel 4.4.</b> Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial variabel Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	58
<b>Tabel 4.5.</b> Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	59
<b>Tabel 4.6.</b> Koefisien Determinasi Berganda .....	60
<b>Tabel 4.7.</b> Uji Hipotesis Parsial Variabel Kualitas Produk, Promosi, dan Harga.....	61
<b>Tabel 4.8.</b> Uji Hipotesis Simultan Variabel Kualitas Produk, Promosi, dan Harga.....	62

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1</b> Model Perilaku Konsumen.....	16
<b>Gambar 2.2</b> Proses Keputusan Pembelian .....	19
<b>Gambar 2.3</b> Kerangka Konseptual Penelitian .....	39
<b>Gambar 4.1</b> Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk .....	53
<b>Gambar 4.2</b> Diagram Skala Likert Variabel Promosi .....	53
<b>Gambar 4.3</b> Diagram Skala Likert Variabel Harga.....	54
<b>Gambar 4.4</b> Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian .....	71
<b>Lampiran 2.</b> Tabulasi Skor Variabel Kualitas Produk.....	74
<b>Lampiran 3.</b> Tabulasi Skor Variabel Promosi .....	76
<b>Lampiran 4.</b> Tabulasi Skor Variabel Harga.....	78
<b>Lampiran 5.</b> Tabulasi Skor Variabel Keputusan Pembelian.....	80
<b>Lampiran 6.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	82
<b>Lampiran 7.</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....	83
<b>Lampiran 8.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	84
<b>Lampiran 9.</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	85
<b>Lampiran 10.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	86
<b>Lampiran 11.</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga .....	87
<b>Lampiran 12.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	88
<b>Lampiran 13.</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	89
<b>Lampiran 14.</b> Koefisien Determinasi Parsial Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	90
<b>Lampiran 15.</b> Koefisien Determinasi Parsial Variabel Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	91
<b>Lampiran 16.</b> Koefisien Determinasi Parsial Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	92
<b>Lampiran 17.</b> Hasil Pengolahan Data Uji Koefisien Determinasi Berganda..	93
<b>Lampiran 18.</b> Uji Hipotesis Parsial Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	94
<b>Lampiran 19.</b> Uji Hipotesis Simultan Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	95
<b>Lampiran 20.</b> Surat Keterangan Riset.....	96
<b>Lampiran 21.</b> Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	97