

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, KUALITAS  
PELAYANAN, DAN WORD OF MOUTH DALAM  
MASA PANDEMI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MCDONALD'S**

**( Studi Kasus McDonald's Cabang Arion )**

**SKRIPSI**

**VIVI DALVIONI  
21170000237**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, KUALITAS  
PELAYANAN, DAN WORD OF MOUTH DALAM  
MASA PANDEMI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MCDONALD'S**

**( Studi Kasus McDonald's Cabang Arion )**

**SKRIPSI**

**VIVI DALVIONI  
21170000237**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
WORD OF MOUTH DALAM MASA PANDEMI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD'S  
(Studi kasus McDonald's Cabang Arion)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar keserjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya tersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 20 Agustus 2021



**VIVI DALVIONI**

NPM 21170000237

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

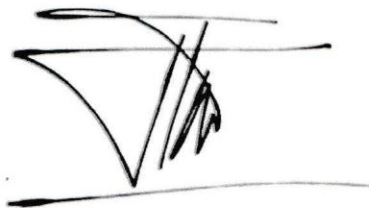
Karya Ilmiah dengan judul :

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
WORD OF MOUTH DALAM MASA PANDEMI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD'S  
(Studi Kasus McDonald's Cabang Arion)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Bapak Asep Saefurahman, S.E, M.E dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 20 Agustus 2021

Pembimbing,



Asep Saefurahman, S.E., M.E

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

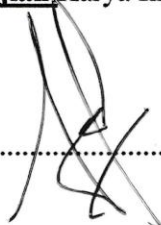
## HALAMAN PENGESAHAN

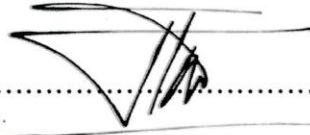
Skripsi dengan judul :

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN WORD OF MOUTH DALAM MASA PANDEMI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD'S  
(Studi Kasus McDonald's Cabang Arion)**


telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 20 Agustus 2021 dengan nilai A-.

**Panitia Ujian Karya Ilmiah**

1.  ..... ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  ..... ; Asep Saefurahman, S.E., M.E  
(Pembimbing)

3.  ..... ; Drs. Sumitro, M.Sc  
(Anggota Penguji)

4.  ..... ; Irfan Arif Husen, S.Sos., MM  
(Anggota Penguji)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah 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 Asep Saefurahman, S.E., M.E selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc dan Bapak Irfan Arif Husen, S.Sos., MM selaku Dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku ketua Yayasan Pendidikan Fatahilah Jakarta (YPFJ).
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc., selaku kepala prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia atas bekal ilmu pengetahuan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan motivasi kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Semua keluarga tersayang yang selalu mendoakan dan mampu membuat peneliti selalu merasa terdorong dan termotivasi agar segera menyelesaikan studi ini.

9. Untuk teman-teman seperjuangan saya, Nurul Hidayah Daulay, Cindi Yugiana Sari, Yulinda Evana, Andriansyah Handianto, Muhamad Irza, Idham Fathullah, Alvi Zulfikar dan Sonny Pratama. Terima kasih untuk dukungan saran dan semangat yang tidak pernah terlewatkan selama proses penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman STEI program S-1 Manajemen Angkatan 2017 atas kebersamaannya selama kuliah.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi ini terselesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan karya ilmiah ini.

Jakarta, 20 Agustus 2021



**VIVI DALVIONI**

NPM 21170000237

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : VIVI DALVIONI  
NPM : 21170000237  
Program Studi : S-1 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 Karya Ilmiah saya yang berjudul :

### **PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN, DAN WORD OF MOUTH DALAM MASA PANDEMI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD'S (Studi Kasus McDonald's Cabang Arion)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah 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 Agustus 2021

Yang menyatakan,



VIVI DALVIONI



Vivi Dalvioni

NPM : 21170000237

Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing :

Asep Saefurahman S.E., M.E

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
WORD OF MOUTH DALAM MASA PANDEMI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD'S  
(Studi Kasus McDonald's Cabang Arion)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi konsumen, kualitas pelayanan, dan word of mouth dalam masa pandemi terhadap keputusan pembelian McDonald's.

Penelitian ini menggunakan strategi asosiatif. Metoda yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen McDonald cabang Arion. Sampel penelitian ini berdasarkan teknik *purposive sampling*, dengan sampel sebanyak 80 responden. Teknik pengolahan data dengan menggunakan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada McDonald's cabang Arion, sedangkan motivasi konsumen dan word of mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada McDonald's cabang Arion. Namun, secara simultan motivasi konsumen, kualitas pelayanan, dan word of mouth berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada McDonald's cabang Arion. .

***Kata kunci : motivasi konsumen, kualitas pelayanan, word of mouth, dan keputusan pembelian.***

Vivi Dalvioni NPM : 21170000237 Study Program S1 Manajemen	Supervisor : Asep Saefurahman S.E., M.E
--	--

***THE INFLUENCE OF CONSUMER MOTIVATION, SERVICE QUALITY ,  
AND WORD OF MOUTH IN THE COVID-19 PANDEMIC TOWARD  
MCDONALD'S PURCHASE DECISIONS  
(Case Study At McDoanld's Arion Branch)***

***ABSTRACT***

*This study aims to determine how much influence consumer motivation, service quality, and word of mouth during the Covid-19 pandemic toward McDonald's purchasing decisions.*

*This study uses an associative strategy. The method used in this study is a survey method, using a questionnaire as a data collection tool. The approach in this research is a quantitative approach. The population of this research is all consumers of McDonald's Arion branch. The sample of this study was based on purposive sampling technique, with a sample of 80 respondents. The data processing technique uses the analysis of the coefficient of determination (R2) and partial or simultaneous hypothesis testing.*

*The results of this study indicate that partially service quality has a significant effect on purchasing decisions at McDonald's Arion branch, while consumer motivation and word of mouth have no significant effect on purchasing decisions at McDonald's Arion branch. However, simultaneously consumer motivation, service quality, and word of mouth effect purchasing decisions at McDonald's Arion branch.*

***Keywords : consumer motivation, service quality, word of mouth, and buying decision.***

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	5
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. Peilaku Konsumen.....	10
2.2.2. Motivasi Konsumen .....	15
2.2.3. Kualitas Pelayanan .....	21
2.2.4. Word Of Mouth (WOM).....	27
2.2.5. Keputusan Pembelian .....	29
2.3. Keterkaitan antar Variabel Penelitian .....	39
2.3.1. Pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian .....	39

2.3.2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.....	39
2.3.2. Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian.....	40
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	40
2.5. Kerangka Konseptual.....	41
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	42
3.2. Populasi dan Sampel .....	42
3.2.1 Populasi Penelitian .....	42
3.2.2 Sampling dan Sampel Penelitian.....	43
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	43
3.3.1. Jenis Data .....	43
3.3.2. Metoda pengumpulan data .....	44
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	47
3.5. Metoda Analisis Data.....	48
3.5.1. Cara Pengolahan Data .....	48
3.5.2. Cara Penyajian Data.....	48
3.5.3. Analisis Statistik Data .....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.2. Deskripsi Responden dan Data .....	54
4.2.1. Karakteristik Responden .....	54
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Data .....	57
4.3.1. Uji Validitas .....	57
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	59
4.3.3. Deskripsi Data Variabel .....	60
4.4. Analisis Statistik Data.....	68
4.4.1. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	68
4.4.2. Uji Hipotesis.....	71
4.5. Temuan Hasil Penelitian .....	74

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>76</b>
5.1. Simpulan .....	76
5.2. Saran .....	77
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	77
DAFTAR REFERENSI .....	78
LAMPIRAN.....	80

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1.</b>	Bobot Nilai Skala Likert .....	44
<b>Tabel 3.2.</b>	Variabel dan Indikator Penelitian .....	45
<b>Tabel 4.1.</b>	Data Karakteristik Responden Penelitian berdasarkan Usia .	55
<b>Tabel 4.2.</b>	Data Karakteristik Responden Penelitian berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
<b>Tabel 4.3.</b>	Data Karakteristik Responden Penelitian berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	55
<b>Tabel 4.4.</b>	Data Karakteristik Responden Penelitian berdasarkan Status .....	56
<b>Tabel 4.5.</b>	Data Karakteristik Responden Penelitian berdasarkan Pekerjaan .....	56
<b>Tabel 4.6.</b>	Data Karakteristik Responden Penelitian berdasarkan Pendapatan .....	57
<b>Tabel 4.7.</b>	Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel Motivasi Konsumen ( $X_1$ ) .....	57
<b>Tabel 4.8.</b>	Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	58
<b>Tabel 4.9.</b>	Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel Word Of Mouth ( $X_3$ ) .....	58
<b>Tabel 4.10.</b>	Validitas Instrumen Per butir Untuk Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	59
<b>Tabel 4.11.</b>	Hasil Keseluruhan Uji Reliabilitas.....	60
<b>Tabel 4.12.</b>	Hasil Jawaban Responden pada Variabel Motivasi Konsumen ( $X_1$ ) .....	60
<b>Tabel 4.13.</b>	Hasil Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	62
<b>Tabel 4.14.</b>	Hasil Jawaban Responden pada Variabel Word Of Mouth ( $X_3$ ) .....	64

<b>Tabel 4.15.</b>	Hasil Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	65
<b>Tabel 4.16.</b>	Pengujian Hipotesis Simultan Motivasi Konsumen ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), dan Word Of Mouth ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	68
<b>Tabel 4.17.</b>	Hasil Koefisien Korelasi Determinasi Motivasi Konsumen ( $X_1$ ) .....	69
<b>Tabel 4.18.</b>	Hasil Koefisien Korelasi Determinasi Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	70
<b>Tabel 4.19.</b>	Hasil Koefisien Korelasi Determinasi Word Of Mouth ( $X_3$ ) .....	71
<b>Tabel 4.20.</b>	Koefisien Korelasi dan Determinasi Simultan Motivasi Konsumen ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan Word Of Mouth ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	73

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1.</b>	Kerangka Konseptual Penelitian .....	41
--------------------	--------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b>	Kuesioner Penelitian .....	80
<b>Lampiran 2</b>	Tabulasi Kuesioner Variabel Motivasi Konsumen ( $X_1$ ) .....	86
<b>Lampiran 3</b>	Tabulasi Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	88
<b>Lampiran 4</b>	Tabulasi Kuesioner Variabel Word Of Mouth ( $X_3$ ) .....	90
<b>Lampiran 5</b>	Tabulasi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	92
<b>Lampiran 6</b>	Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Konsumen ( $X_1$ ) .....	94
<b>Lampiran 7</b>	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	95
<b>Lampiran 8</b>	Hasil Uji Validitas Variabel Word Of Mouth ( $X_3$ ) .....	96
<b>Lampiran 9</b>	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	97
<b>Lampiran 10</b>	Hasil Uji Reliabilitas Uji Cronbach Alpha .....	98
<b>Lampiran 11</b>	Hasil Uji Koefisien Deteminasi $R^2$ .....	100
<b>Lampiran 12</b>	Hasil Uji Hipotesis .....	102
<b>Lampiran 13</b>	Daftar Riwayat Hidup .....	103