

**PENGARUH CITRA MEREK DAN POTONGAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN MCDONALD'S
GRANDWISATA TAMBUN**

SKRIPSI

Oleh :

Khofifah Husna Kulsum

201510325271



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2020

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Potongan Harga
Terhadap Minat Beli Pelanggan Mc Donald's Grandwisata
Tambun.

Nama Mahasiswa : Khofifah Husna Kulsum

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325271

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2020

Jakarta, 21 Januari 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing



Andrian, S.E., MM

NIDN: 0321077102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Potongan Harga
Terhadap Minat Beli Pelanggan McDonald's
Grandwisata Tambun
Nama Mahasiswa : Khofifah Husna Kulsum
NPM : 201510325271
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2020

Bekasi, 03 Februari 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M
NIDN: 0309048102
Penguji I : Andrian, S.E., M.M
NIDN: 0321077102
Penguji II : M.Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN: 0325057908



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M.Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN: 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA., CSRA., CMA., CACP
NIDN: 0318107101

KATA PENGANTAR

Puji Serta Syukur penulis panjatkan pada kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan bimbingannya, penulis masih bisa diberikan kesehatan dan kemampuan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN POTONGAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN MCDONALD’S GRANDWISATA TAMBUN.**

Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib Tugas Akhir yang harus ditempuh dalam Program Studi Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan apresiasi kepada seluruh pihak atas tersusunnya skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn.) Dr., Drs. H. Bambang Karsono, S.H.,M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA, CSRA, CMA, CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Hasanuddin, S.I.P., M.AP, sebagai Dosen Perwalian Akademik kami dikelas B-3 atas support dan dukungannya.
5. Bapak Andrian, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran dan dukungan kepada penulis.
6. Keluarga penulis, yang senantiasa memberi dukungan materi, motivasi dan do’a kepada penulis.
7. Rekan saya Noer Ali yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi selama pengerjaan skripsi.
8. Teman-teman B-3 Manajemen yang saling berjuang, membantu dan memotivasi satu sama lain.

Akhir kata semoga hasil Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat serta sebagai bahan petunjuk bagi adik-adik junior nantinya.

Jakarta, 21 Januari 2020

Hormat Saya,

Khofifah Husna Kulsum



ABSTRAK

Khofifah Husna Kulsum, 201510325271. Pengaruh Citra Merek dan Potongan Harga terhadap Minat Beli Pelanggan McDonald's Grandwisata Tambun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek dan Potongan Harga terhadap Minat Beli Pelanggan. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan pengolahan data SPSS. Jumlah sampel sebesar 75 , dan tehnik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, a). Citra Merek berpengaruh terhadap Minat Beli, b).Potongan Harga tidak berpengaruh terhadap Minat Beli. Secara simultan Citra Merek dan Potongan Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci : Citra Merek, Potongan Harga, Minat Beli.



LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Potongan Harga terhadap Minat Beli pelanggan McDonad’s Grandwisata Tambun”

Ini adalah benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sesuai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 21 Januari 2020

Penulis,



Khofifah Husna Kulsum

NPM: 201510325225

ABSTRACT

Khofifah Husna Kulsum, 201510325271. *The Influence of Brand Image and Discounted Prices on Purchasing Interests of McDonald's Customers' Grandwisata Tambun.*

This study aims to determine the Effect of Brand Image and Discounted Prices on Customer Purchase Interest. The method used is a quantitative method using SPSS data processing. The number of samples is 75, and the sampling technique uses accidental sampling. The results showed that partially, a). Brand Image influences Buy Intention, b). Discounted Price does not affect Buy Intention. Simultaneously Brand Image and Discounted Price have a significant effect on Buying Interest.

Keywords: *Brand Image, Discounted Price, Buying Interest.*



DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pengertian Pemasaran	7
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran	8

2.3 Pemasaran Restoran.....	8
2.4 Pengertian Merek.....	9
2.4.1 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	10
2.4.2 Indikator-Indikator yang membentuk Citra Merek	10
2.4.3 Faktor-Faktor Citra Merek	11
2.5 Promosi.....	12
2.5.1 Bauran Promosi	13
2.6 Pengertian Potongan Harga	14
2.7 Jenis-Jenis Potongan Harga.....	15
2.8 Minat Beli.....	15
2.9 Hasil Penelitian Terdahulu	17
2.10 Kerangka Berfikir	22
2.11 Hipotesis Penelitian	23
2.11.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pelanggan.....	22
2.11.2 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Tahapan Penelitian.....	25
3.3 Model Konseptual Penelitian	27
3.4 Instrumen Penelitian	28
3.5 Tempat & Waktu Penelitian	30
3.5.1 Tempat Penellitian	30
3.5.2 Waktu Penelitian	30
3.6 Jenis Sumber Data	30

3.6.1 Jenis Data.....	30
3.6.2 Sumber Data	31
3.7 Metode Pengambilan Sampel.....	31
3.7.1 Populasi	31
3.7.2 Sampel.....	31
3.8 Metode Analisis Deskriptif	32
3.9 Metode Analisis Statistik	32
3.9.1 Uji Instrumen	32
3.9.1.1 Uji Validitas	32
3.9.1.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.9.2.1 Uji Normalitas	33
3.9.2.2 Uji Multikolonieritas.....	33
3.9.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	33
3.9.3 Uji Regresi Linier.....	34
3.9.3.1 Regresi Linier Berganda	34
3.9.4 Uji Hipotesis	35
3.9.4.1 Uji Simultan (Uji F).....	35
3.9.4.2 Uji Parsial (Uji T)	35
3.9.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)	35
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Profil dan Visi Misi McDonald's Indonesia.....	37
4.1.1 Profil McDonald's Indonesia.....	37
4.1.2 Visi McDonald's Indonesia	37

4.1.3 Misi McDonald's Indonesia	38
4.2 Hasil Kuesioner.....	38
4.2.1 Karakteristik Responden.....	38
4.3 Hasil Penelitian	39
4.3.1 Uji Instrumen	39
4.3.1.1 Uji Validitas	39
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	39
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	40
4.3.2.1 Uji Normalitas	40
4.3.2.2 Uji Multikolonieritas.....	41
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	41
4.3.3 Analisis Regresi	42
4.3.3.1 Regresi Linier Berganda	42
4.3.4 Uji Hipotesis	44
4.3.4.1 Uji Simultan (F).....	44
4.3.4.2 Uji Parsial (T).....	45
4.3.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47
BAB V PENUTUP	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Implikasi Manajerial	48
DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i>	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian.....	28
Tabel 3.2 Skala Likert.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	39
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Linier Berganda.....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Simultan (F).....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Parsial (T).....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Surat Pengantar Izin Riset
2. Daftar Riwayat Hidup
3. Uji Plagiarisme
4. Uji Referensi
5. Kuesioner Penelitian
6. Tabulasi Data Responden
7. Tabel R
8. Tabel F
9. Tabel T
10. Analisis Data SPSS

