



**PENGARUH *PRICE*, *PROMOTION*, DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS APLIKASI KONSUMEN MCDONALD'S DI  
JAKARTA)**

**SKRIPSI**

**TERREN HAEKAL WIRAMAWAN**

**1910111079**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2023**



**PENGARUH *PRICE, PROMOTION, DAN BRAND IMAGE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS APLIKASI KONSUMEN MCDONALD'S DI  
JAKARTA)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**TERREN HAEKAL WIRAMAWAN**

**1910111079**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Terren Haekal Wiramawan

NIM : 1910111079

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2023

Yang menyatakan,



(Terren Haekal Wiramawan)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Terren Haekal Wiramawan  
NIM : 1910111079  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

### **Pengaruh *Price, Promotion* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Aplikasi Konsumen McDonald's Di Jakarta)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : Juni 2023  
Yang Menyatakan



(Terren Haekal Wiramawan)

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PENGARUH *PRICE, PROMOTION, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS APLIKASI KONSUMEN MCDONALD'S DI JAKARTA)

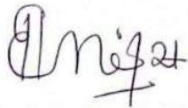
*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**TERREN HAEKAL WIRAMAWAN 1910111079**

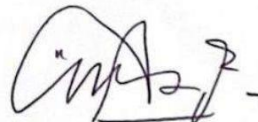
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 27 Juni 2023  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM., CPM**  
Ketua Penguji



**Dra. Heni Nastiti, MM**  
Penguji I



**Diana Triwardhani, S.E., MM., Ph.D**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Jubaedah, S.E., MM**  
Dekan



**Siti Hidayati, SE, MM**  
Kepala Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 27 Juni 2023

***The influence of price, promotion, and brand image on purchasing decisions***

***(case study of McDonald's consumer applications in Jakarta)***

**By Terren Haekal Wiramawan**

**Abstract**

*This research is a quantitative study that aims to analyze the effect of price, promotion, and brand image on purchasing decisions in the McDonald's application. The population in this study were McDonald's application users in Jakarta with the sampling used was non probability sampling with purposive sampling technique which obtained a sample of 100 respondents by distributing questionnaires. Data processing tools to help analyze the data in this study using Smart PLS version 4.0.9.3. The results of this study are that price has a positive and significant effect on purchasing decisions with an original sample value of 0.349, promotion has a positive and significant effect with an original sample value of 0.215, and brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions with an original sample value of 0.398 while the contribution of the price, promotion, and brand image variables together is indicated by the adjusted R-squared value of 74.50% to the purchasing decision. While the remaining 25.50% is caused by other factors outside this research model.*

**Keywords :** *Price, Promotion, Brand Image, Purchase Decision*

**Pengaruh *Price, Promotion, dan Brand Image* Terhadap  
Keputusan Pembelian  
(Studi Kasus Aplikasi Konsumen McDonald's di Jakarta)**

Oleh Terren Haekal Wiramawan

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada aplikasi McDonald's. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi McDonald's di Jakarta dengan pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang didapatkan sampel sebanyak 100 responden dengan cara penyebaran kuesioner. Alat pengolahan data untuk membantu menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan Smart PLS versi 4.0.9.3. Hasil dari penelitian ini adalah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai original sampel 0,349, promosi berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai original sampel 0,215, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai original sampel 0,398 sedangkan kontribusi variabel harga, promosi, dan citra merek secara bersama-sama ditunjukkan dengan nilai R-squared adjusted sebesar 74,50% terhadap keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 25,50% disebabkan oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

**Kata kunci** : Harga, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.uprvj.ac.id> Email : [puskom@uprvj.ac.id](mailto:puskom@uprvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2022/2023

Hari ini Selasa, tanggal 27 Juni 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Terren Haekal Wiramawan**

No.Pokok Mahasiswa : **1910111079**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Pengaruh Price, Promotion, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Aplikasi Konsumen McDonald's di Jakarta)**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \**)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM.,CPM	Ketua	1.
2	Dra. Heni Nastiti, MM	Anggota I	2.
3	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Anggota II **)	3.

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 27 Juni 2023

Mendesahkan

A.n DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.



## PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala rahmat dan karunia-Nya peneliti membuat penelitian berjudul “Pengaruh *Price, Promotion, dan Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Aplikasi Konsumen McDonald’s Di Jakarta)”.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada : Ibu Dr. Jubaedah, S.E., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Ibu Dr. Desmintari, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen. Ibu Siti Hidayati S.E., M.M selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen. Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D selaku Dosen Pembimbing, Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM., CPM selaku Ketua Penguji, dan Dra. Heni Nastiti, M.M selaku Dosen Penguji 1 yang telah meluangkan banyak waktu dan ilmu untuk memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat untuk penelitian ini. Ibu Windasari selaku orang tua, serta Yusuf Audry Wiramawan selaku kakak peneliti. Rheinyta Ayu Handini selaku kekasih yang selalu membantu dan mendukung peneliti selama penulisan penelitian ini. Carlitos, David, Kandurak dan semua sahabat yang selalu mendukung, teman, dan pihak-pihak yang belum disebutkan tetapi memberi bantuan dalam penulisan usulan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses serta hasil dari penulisan usulan penelitian skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat positif serta membangun sehingga dapat membantu peneliti untuk menyempurnakan usulan penelitian ini.

Jakarta, 15 April 2023

Terren Haekal Wiramawan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>vi</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>vii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Transformasi Digital .....	12
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	12
2.1.4 <i>Price</i> .....	14
2.1.5 <i>Promotion</i> .....	15
2.1.6 <i>Brand Image</i> .....	16
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	17
2.3 Model Penelitian .....	23
2.3.1 Pengaruh <i>price</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.3.2 Pengaruh <i>promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.3.3 Pengaruh <i>brand image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
2.4 Hipotesis.....	25

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	26
3.1.1 Definisi Operasional.....	26
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	27
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel .....	28
3.2.1 Populasi .....	28
3.2.2 Sampel.....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.3.1 Jenis Data.....	29
3.3.2 Sumber Data .....	30
3.3.3 Pengumpulan Data .....	30
3.4 Teknik Analisis Data .....	31
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	32
3.4.2 Analisis Statistik Inferensial.....	32
3.4.3 Uji Hipotesis .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.2 Deskripsi Data Responden .....	41
4.3 Analisis Data Deskriptif.....	43
4.3.1 Analisis Data Inferensial .....	48
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	52
4.3.3 Uji Hipotesis .....	54
4.4 Pembahasan.....	55
4.4.1 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.4.2 Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	58
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>59</b>
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran .....	59

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian terdahulu .....	21
Tabel 2. Tabel Pengukuran Variabel .....	27
Tabel 3. Skor Penilaian Skala Likert .....	30
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen .....	31
Tabel 5. Interpretasi Nilai Persentase Responden .....	32
Tabel 6. Tingkat Reliabilitas Nilai Cronbach Alpha .....	38
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	42
Tabel 10. Nilai Interpretasi Loading Factor Persentase Responden .....	43
Tabel 11. Loading Factor Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 12. Loading Factor Price .....	44
Tabel 13. Loading Factor Promotion .....	46
Tabel 14. Loading Factor Brand Image .....	47
Tabel 15. Nilai Outer Loading Factor.....	49
Tabel 16. Nilai Average Variance Extracted.....	50
Tabel 17, Nilai Fornell Lacker Criterium .....	51
Tabel 18. Nilai Composite Reliability .....	52
Tabel 19. Nilai Cronbach's Alpha .....	52
Tabel 20. Nilai R Square .....	53
Tabel 21. Nilai Original Sasmples, t statistics, dan P Values .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Daftar restoran cepat saji terbesar berdasarkan pendapatan (US\$ Milliar) .....	2
Gambar 2. Grafik restoran cepat saji .....	3
Gambar 3. Survey KIC.....	3
Gambar 4. Aplikasi McDonald's .....	5
Gambar 5. Commercial Campaign McDonald's Dengan BTS .....	6
Gambar 6. Daftar Restoran Cepat Saji Paling Populer .....	8
Gambar 7. Model Penelitian.....	25
Gambar 8. Tahapan PLS .....	33
Gambar 9. Inner Model.....	34
Gambar 10. Diagram Jalur Penelitian .....	35
Gambar 11. Logo McDonald's.....	40
Gambar 12. Outer Model .....	48
Gambar 13. Inner Model.....	55

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Isi Kuesioner .....	65
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner .....	71
Lampiran 3. Deskripsi Data Responden .....	81
Lampiran 4. Hasil Analisis Data Deskriptif .....	83
Lampiran 5. Hasil Output Outer Model Penelitian.....	85
Lampiran 6. Hasil Output Inner Model Penelitian .....	86
Lampiran 7. Hasil Output Model PLS .....	87
Lampiran 8. T Tabel .....	90
Lampiran 9. Bukti Penyebaran Kuesioner .....	91