



**ANALISA KEPUTUSAN PEMBELIAN *FAST FOOD* YANG
DIPENGARUHI PERSEPSI PELANGGAN, MINAT BELI,
SIKAP MULTIATRIBUT**

SKRIPSI

JIHAN ARIBAH ZAHRANI

2110111269

PROGRAM MANAJEMEN SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAKARTA

2024



**ANALISA KEPUTUSAN PEMBELIAN *FAST FOOD* YANG
DIPENGARUHI PERSEPSI PELANGGAN, MINAT BELI,
SIKAP MULTIATRIBUT**

SKRIPSI

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

JIHAN ARIBAH ZAHRANI

2110111269

PROGRAM MANAJEMEN SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAKARTA

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Jihan Aribah Zahrani

NIM : 2110111269

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

Jakarta, 03 Oktober 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem at the top, the text 'METERAN' in the center, and the alphanumeric code 'CBBDALX52745858' at the bottom.

(Jihan Aribah Zahrani)

NIM. 2110111269

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Jihan Aribah Zahrani
NIM : 2110111269
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen Program Sarjana
Jenis Karya : Skripsi

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

“Analisa Keputusan Pembelian *Fast Food* Yang Dipengaruhi Persepsi Pelanggan, Minat Beli, Sikap Multiatribut”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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 : 13 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Jihan Aribah Zahrani)

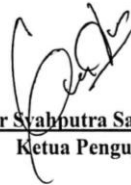
SKRIPSI

**ANALISA KEPUTUSAN PEMBELIAN *FAST FOOD* YANG
DIPENGARUHI PERSEPSI PELANGGAN, MINAT BELI, SIKAP
MULTIATRIBUT**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

JIHAN ARIBAH ZAHRANI 2110111269

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 24 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. Guntur Syabutra Saragih, M.S.M
Ketua Penguji



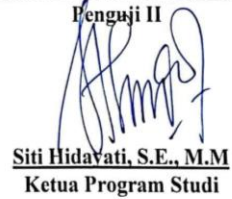
Dra. Pusporini, M.M
Penguji I



Dr. Alfatih Manggarabani, SE, M.Si
Penguji II



Dr. Jubaidah, S.E., M.M
Dekan



Siti Hidavati, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 24 Desember 2024

Analysis of Fast Food Purchasing Decisions Influenced by Customer Perceptions, Purchase Intention, Multiattribute Attitudes

By: Jihan Aribah Zahrani

ABSTRACT

This study shows how customer perceptions, purchase intentions, and multiattribute attitudes influence purchasing decisions. 100 respondents who frequently visit Hokben restaurants in the DKI Jakarta area became the sample of this study. This research uses quantitative methodology. Purposive sampling was used as the method for data collection, and the SmartPLS 4.0 tool was used for descriptive and inferential analysis. The findings of data processing show that: (1) Customer perceptions significantly and positively influence the purchase decision of Hokben Jakarta; (2) Purchase intention has a negative and insignificant effect on the purchase decision of Hokben Jakarta; (3) Multiattribute attitude significantly and positively influences the purchase decision of Hokben Jakarta.

Keywords: *Purchase Decision, Customer Perception, Purchase Intention, Multiattribute Attitude*

Analisa Keputusan Pembelian Fast Food yang Dipengaruhi oleh Persepsi Pelanggan, Minat Beli, Sikap Multiatribut

Oleh: Jihan Aribah Zahrani

ABSTRAK

Penelitian ini menunjukkan bagaimana persepsi pelanggan, minat beli, dan sikap multiatribut mempengaruhi keputusan pembelian. 100 responden yang sering mengunjungi restoran Hokben di wilayah DKI Jakarta menjadi sampel penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. *Purposive Sampling* digunakan sebagai metode untuk pengumpulan data, dan alat SmartPLS 4.0 digunakan untuk analisis deskriptif dan inferensial. Temuan pengolahan data menunjukkan bahwa: (1) Persepsi pelanggan secara signifikan dan positif mempengaruhi keputusan pembelian Hokben Jakarta; (2) Minat beli berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Hokben Jakarta; (3) Sikap multiatribut secara signifikan dan positif mempengaruhi keputusan pembelian Hokben Jakarta

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Persepsi Pelanggan, Minat Beli, Sikap Multiatribut



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.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025**

Hari ini Selasa, tanggal 24 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Jihan Aribah Zahrani

No.Pokok Mahasiswa : 2110111269

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisa Keputusan Pembelian Fast Food Yang Dipengaruhi Persepsi Pelanggan, Minat Beli, Sikap Multiatribut

Dinyatakan yang bersangkutan (Lulus/ Tidak Lulus *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM	Ketua	1.
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 24 Desember 2024

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Analisa Keputusan Pembelian *Fast Food* Yang Dipengaruhi Persepsi Pelanggan, Minat Beli, Sikap Multiatribut”. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat tugas akhir pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil sehingga proposal penelitian ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Bapak Yudi Nur Supriadi, Sos. I, selaku Ketua Jurusan Program Studi S1 Manajemen.
3. Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Terutama kepada Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen.
5. Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE, M.SI selaku Dosen Pembimbing.
6. Orang Tua yang telah memberikan doa, bantuan, dorongan dan semangat selama penyusunan penelitian ini.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan motivasi terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 3 Oktober 2024



Jihan Aribah Zahrani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.3 Keputusan Pembelian	11
2.1.4 Persepsi Pelanggan	12

2.1.5 Minat Beli	13
2.1.6 Sikap Multiatribut	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
II.2 Model Penelitian	27
2.3 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
3.1.1 Definisi Operasional	30
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	32
3.2 Metode Pengambilan Sampel	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel	33
3.3 Metode Pengambilan Data	35
3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data	35
3.3.3 Pengumpulan Data	35
3.4 Analisis Data	38
3.4.1 Analisis Data Deskriptif.....	38
3.4.2 Analisis Data <i>Pres-Test</i>	40
3.4.3 Analisis Data Inferensial.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	48
4.1.1 Hokben.....	48
4.2 Deskripsi Data <i>Pre-test</i>	49
4.2.1 <i>Content Validity</i>	49
4.3 Deskripsi Data Penelitian	51

4.3.1 Deskripsi Data Responden.....	51
4.3.2 Deskripsi Data Deskriptif	52
4.4 Uji Hipotesis dan Analisis	63
4.4.1 Analisis Inferensial	64
4.5 Pembahasan	75
4.5.1 Pengaruh Persepsi Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.5.2 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	77
4.5.3 Pengaruh Sikap Multiatribut terhadap Keputusan Pembelian	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Simpulan.....	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	90
RIWAYAT HIDUP	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Perusahaan Fast Food.....	2
Tabel 2. Penelitian Terdahulu Terkait dengan Variabel Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Dependen	25
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 4. Penentuan Jumlah Sampel	34
Tabel 5. Bobot Skala Likert	36
Tabel 6. Kisi Kisi Instrumen Penelitian	37
Tabel 7. Klasifikasi Nilai Indeks.....	40
Tabel 8. Rule of Thumb	45
Tabel 9. Instrumen Penelitian	49
Tabel 10. Pre-test	50
Tabel 11. Indeks Tanggapan Responden Domisili Jakarta Selatan Terhadap Variabel.....	53
Tabel 12. Indeks Tanggapan Responden Domisili Jakarta Timur Terhadap Variabel.....	54
Tabel 13. Indeks Tanggapan Responden Domisili Jakarta Barat Terhadap Variabel	55
Tabel 14. Indeks Tanggapan Responden Domisili Jakarta Utara Terhadap Variabel.....	56
Tabel 15. Indeks Tanggapan Responden Domisili Jakarta Pusat Terhadap Variabel	57
Tabel 16. Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 17. Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Pelanggan	59
Tabel 18. Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli	61
Tabel 19. Indeks Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap Multiatribut .	62
Tabel 20. Nilai Outer Loading	66
Tabel 21. Nilai Cross Loading	68
Tabel 22. Nilai Average Variance Extracted (AVE)	69
Tabel 23. Nilai Composite Reliability	70

Tabel 24. Nilai Cronbach's Alpha	71
Tabel 25. Nilai R-Square.....	72
Tabel 26. Nilai Q-Square	73
Tabel 27. Nilai T-Statistic	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Ulasan Konsumen Hokben.....	3
Gambar 2. Keluhan Konsumen karena Ketidaksesuaian Informasi.....	4
Gambar 3. Ketiadaan Beberapa Atribut pada Makanan Hokben.....	5
Gambar 4. Model Penelitian	27
Gambar 5. Langkah PLS	41
Gambar 6. Model Struktural (Inner Model).....	42
Gambar 7. Model Pengukuran (Outer Model).....	42
Gambar 8. Diagram Jalur	43
Gambar 9. Logo Hokben.....	48
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	51
Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Gambar 12. Outer Model	65
Gambar 13. Inner Model.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	90
Lampiran 2. Data Kuesioner	95
Lampiran 3. Hasil Olah Data	106
Lampiran 4. Penyebaran Kuesioner	118
Lampiran 5. Kartu Monitoring.....	120