

**PENGARUH HARGA , KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BURGER KING
PADA MAHASISWA FE UNJ**

ZAFAR ANDREANSYAH GUMAY

8135161762



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

***THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND
PROMOTION TOWARDS STUDENT'S PURCHASE DECISION
OF BURGER KING IN THE FE, UNJ***

ZAFAR ANDREANSYAH GUMAY

8135161762



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

ABSTRAK

ZAFAR ANDREANSYAH GUMAY, Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Burger King Pada Mahasiswa FE UNJ. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji pada mahasiswi FE UNJ. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 7 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juli 2020. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive Sampling* sebanyak 132 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $Y = 4,318 + 0,324 X_1 + 0,308 X_2 + 0,320 X_3$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smimov dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200, X_1 bernilai sebesar 0,200, X_2 bernilai sebesar 0,200 dan X_3 sebesar 0,087 karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 dan Y atas X_2 menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearity*, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa memiliki pengaruh yang linier. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 thitung = 3,730 dan ttabel = 1.65685 dan Y atas X_2 thitung = 2,667 dan ttabel = 1.65685 dan Y atas X_3 thitung = 3,001 dan ttabel = 1.65685. Nilai koefisien korelasi antara variabel harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,410 dan nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,365 dan nilai koefisien korelasi variable promosi (X_3) terhadap keputusan pembelian sebesar 0,390. Jadi, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian, pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian serta pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1 diperoleh sebesar 0,168 yang menunjukkan bahwa 16,8% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh label halal. Sementara itu, sisanya 83,2 % dipengaruhi oleh faktor lain. Dan koefisien determinasi Y atas X_2 diperoleh sebesar 0,133 yang menunjukkan bahwa 13,3% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh harga. sementara itu, sisanya 86,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Serta koefisien determinasi Y atas X_3 diperoleh sebesar 0,152 yang menunjukkan bahwa 15,2 % variabel keputusan pembelian ditentukan oleh promosi. sementara itu, sisanya 84,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

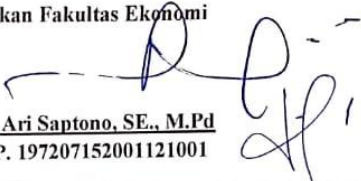

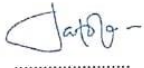
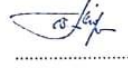


Kata kunci: Keputusan Pembelian, Harga, kualitas produk, promosi

ABSTRACT

ZAFAR ANDREANSYAH GUMAY, Effect of Price, Product Quality and Promotion of Burger King Purchasing Decisions on FE UNJ Students. The purpose of this study was to determine the effect of prices, product quality and promotion on fast food purchasing decisions on FE UNJ students. This research was conducted at the Faculty of Economics, Jakarta State University, for 7 months from January to July 2020. The research method that the researchers used was a survey method with a correlational approach, the population used were all female students of the Faculty of Economics, Jakarta State University. The sampling technique used was Purposive Sampling technique with 132 people. The resulting regression equation is $Y = 4.318 + 0.324 X1 + 0.308 X2 + 0.320 X3$. Test requirements analysis is the normality test with the Kolmogorov-Smirnov test with a significance level (α) = 5% or 0.05 and produces a significant level of Y value of 0.200, X1 of value of 0.200, X2 of value of 0.200 and X3 of 0.087 because of the third significance level these variables > 0.05, it can be concluded that the data are normally distributed and can be used in further analysis. Linearity regression test of Y for X1 and Y for X2 produces a significance value in Linearity, which is $0,000 < 0.05$, so it can be concluded that it has a linear effect. Next, a t test was carried out and Y was produced over X1 $t_{count} = 3,730$ and $t_{table} = 1.65685$ and Y over X2 $t_{count} = 2.667$ and $t_{table} = 1.65685$ and Y over X3 $t_{count} = 3.001$ and $t_{table} = 1.65685$. Correlation coefficient between the price variable (X1) to the purchase decision (Y) of 0.410 and the correlation coefficient between the product quality variable (X2) to the purchase decision (Y) of 0.365 and the correlation coefficient of the promotion variable (X3) to the purchase decision of 0.390 . So, there is a positive and significant effect between price on purchasing decisions, a positive and significant effect between product quality on purchasing decisions and a positive and significant effect between promotions on purchasing decisions. Thus, it can be concluded that there is a positive and significant influence between price, product quality and promotion on purchasing decisions. The coefficient of determination of Y over X1 was obtained at 0.168, indicating that 16.8% of the purchase decision variable was determined by the halal label. Meanwhile, the remaining 83.2% is influenced by other factors. And the coefficient of determination of Y over X2 obtained by 0.133 which shows that 13.3% of the purchase decision variable is determined by price. Meanwhile, the remaining 86.7% is influenced by other factors. As well as the coefficient of determination Y over X3 obtained by 0.152 which shows that 15.2% of the purchase decision variable is determined by promotion. Meanwhile, the remaining 84.8% is influenced by other factors.

Keywords: Purchase Decision, Price, product quality, promotion

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Drs. Nurdin Hidavat, M.M., M.Si</u> NIP. 196610302000121001 (Ketua)		26 Juni 2020
2	<u>Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M</u> NIDN. 8854660018 (Sekretaris)		08 Juni 2020
3	<u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001 (Penguji Ahli)		29 Juni 2020
4	<u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011 (Pembimbing 1)		16 Juni 2020
5	<u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003 (Pembimbing 2)		11 Juni 2020
Nama : Zafar Andreansyah Gumay No. Registrasi : 8135161762 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 24 Juli 2020			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINILITAS

PERNYATAAN ORISINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2020

Yang membuat pernyataan



Zafar Andreansyah Gumay

NIM. 8135161762

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya allah tidak akan merubah suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.” (QS. Ar Ra’d : 11)”

“ Barang siapa yang mempelajari ilmu pengetahuan yang seharusnya di tunjukan untuk mencari ridho allah bahkan hanya untuk mendapatkan kedudukan atau kekayaan duniawi maka ia tidak akan mendapatkan baunya surga nanti pada hari kiamat”

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Skripsi ini saya persembahkan untuk Ibu, Bapak, Kakak dan kekasih tercinta saya yang selalu mencintai dan menyayangi saya dengan tulus, yang selalu mendukung saya hingga detik ini, selalu mendoakan, dan memberikan semangat serta kepercayaannya kepada saya untuk dapat meraih cita-cita. Saya persembahkan juga skripsi saya ini untuk Ibu Corry Yohana dan Mam Ryna Parlyna yang telah banyak berjasa dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Burger King pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk dapat memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan sehingga skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak ilmu, saran, masukan, semangat, perhatian serta kesabaran dalam membimbing peneliti.

2. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II sekaligus sebagai koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah begitu banyak berjasa dalam memberikan ilmu, bimbingan, waktu, tenaga, motivasi, masukan dan saran serta perhatiannya selama masa perkuliahan saya dan dalam penelitian yang saya lakukan ini.

3. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa membimbing dan mengarahkan saya selama masa perkuliahan.

4. Prof. Dr. Ari Saptono , SE, M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuannya kepada saya.

6. Kedua Orang tua saya yang tercinta, yaitu Bapak Agus Gumilar dan Ibu Maisaroh dan Kakak kandung saya Maisyalina Agustiana yang telah mendukung saya baik secara moril maupun materil serta memotivasi , menyanangi dan menemani saya dengan setulus hati.

7. Teman-teman seperjuangan khususnya teman-teman Pendidikan Bisnis angkatan 2016 kelas A yang selalu membantu serta memberikan semangat sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga masih jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, April 2020

Zafar Andreansyah Gumay

