

TESIS

PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENU *SIGNATURE* MCDONALD'S BANJARMASIN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister (S2)

**Oleh:
NURUL ISMI
NIM. 212042030009**



**MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2023**

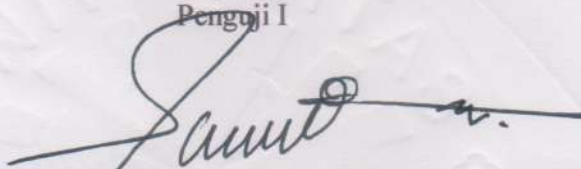
LEMBAR PENGESAHAN TESIS

PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS PRODUK, DAN GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENU *SIGNATURE* MCDONALD'S BANJARMASIN

Oleh:
NURUL ISMI
2120420320009

Telah disetujui, diuji dan disahkan, di Banjarmasin sebagai Tesis
Pada Tanggal 09 Juni 2023

Menyetujui,
Penguji I



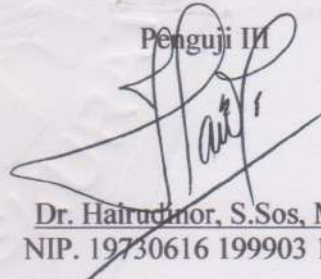
Dr. Maryono, S.Sos., M.Si
NIP. 19760613 200604 1 001

Penguji II



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP. 19710420 199903 1 001

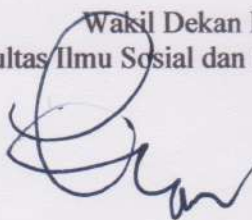
Penguji III



Dr. Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 19730616 199903 1 003

Diketahui,

Wakil Dekan I
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Tomi Oktavianor, M.Soc.Sc
NIP. 19671005 199702 1 001

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si
NIP. 19730122 199802 1 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigadir Jenderal H. Hasan Basri Banjarmasin 70123

BERITA ACARA PELAKSANAAN UJIAN TESIS

Hari ini, Jum'at, Tanggal: 09, Bulan: Juni, Tahun: Dua Ribu Dua Puluh Tiga, Semester Genap tahun 2022/2023, bahwa:

a. Dewan Penguji yang ditugaskan oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, dengan Surat Tugas Nomor: 3105/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 05 Juni 2023.

b. Telah melakukan pengujian tesis atas:

Nama Mahasiswa : Nurul Ismi
N I M : 2120420320009
Program Studi : Magister Administrasi Bisnis
Waktu Ujian : Mulai, Jam: 9:00 dan Selesai Jam: 10:30 WITA
Tempat : Gedung Pascasarjana Lantai 3 Ruang 325
Nilai : 83, dengan konversi huruf: (A.)
Dinyatakan : (Lulus /Tidak Lulus)

Berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Program Studi Magister Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : Banjarmasin
Pada Tanggal : 09 Juni 2023

Mahasiswa yang diuji,

(Nurul Ismi)

Dewan Penguji:

1. Pembimbing: Dr. Maryono, S.Sos, M.Si

2. Penguji I : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si

3. Penguji II : Dr. Hairudinor, S.Sos, MM

Mengetahui:

Wakil Dekan FISIP ULM,

Dr. Tomi Oktavianor, M.Soc, Sc
NIP. 19671005 199702 1 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
PASCASARJANA

SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

NOMOR : 537/UN8.4/SE/2023

Sertifikat ini diberikan kepada:

Nurul Ismi

Dengan Judul Tesis:

Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk dan Gaya Hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Menu *Signature Mcdonald's* Banjarmasin

Telah dideteksi tingkat plagiasinya dengan kriteria toleransi $\leq 20\%$, dan dinyatakan Bebas dari Plagiasi.

Banjarmasin, 2 Oktober 2023

Direktur,



Prof. Dr. Ir. Danang Biyatmoko, M.Si.
NIP. 196805071993031020

ABSTRAK

Nurul Ismi, 2120420320009. Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Menu *Signature* McDonald's Banjarmasin, di bawah bimbingan: Maryono.

Petumbuhan bisnis kuliner khususnya restoran cepat saji meningkat pesat karena meningkatnya mobilitas masyarakat dan aktivitas yang padat. Restoran cepat saji dipercaya dapat memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat yang memiliki waktu terbatas karena kesibukan mereka. Restoran McDonald's merupakan salah satu restoran cepat saji yang telah membuka cabang di Banjarmasin dengan menarik minat dan perhatian banyak masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas produk, dan gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian menu *signature* McDonald's Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 115 responden dengan karakteristik pernah membeli menu *signature* McDonald's Banjarmasin, usia minimal 17 tahun, dan sedang berdomisili di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa persepsi harga, persepsi kualitas produk, dan gaya hidup konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian menu *signature* McDonald's Banjarmasin. Pada uji t diperoleh hasil persepsi harga (X_1), persepsi kualitas produk (X_2), dan gaya hidup konsumen (X_3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini, diketahui koefisien determinasi (*adjusted R*²) sebesar 0,408 yang artinya 40,8% variabel dari keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh variabel independen dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, Gaya Hidup Konsumen, Menu *Signature*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Nurul Ismi, 2120420320009. *The Influence of Perceived Price, Perceived Product Quality and Consumer Lifestyle on Purchase Decisions of McDonald's Banjarmasin Signature Menu, under the guidance of: Maryono.*

The growth of the culinary business, especially fast food restaurants, has increased rapidly due to the increasing of people's mobility and busy activities. Fast food restaurants are believed to be able to meet the consumption needs of people who have limited time because of their busy lifestyle. McDonald's restaurant is one of the fast food restaurants that has opened a branch in Banjarmasin to attract the interest and attention of many people.

The objective of this study is to identify the influence of perceived price, perceived product quality and consumer's lifestyle of Purchase Decisions of McDonald's Banjarmasin signature menu. This study used a sample of 115 respondents with the characteristics of having purchased the McDonald's Banjarmasin signature menu, minimum age of 17 years, and currently living in Banjarmasin City.

This research finds that perceived price, perceived product quality and consumer's lifestyle significantly affect purchase decision. The t test result shows that perceived price (X_1), perceived product quality (X_2) and consumer's lifestyle (X_3) partially have significant effect on purchase decision. The coefficient of determination (adjusted R squared) is 0,408, indicating that 40,8% of the purchase decision is influenced by its independent variables.

Keywords: *Perceived Price, Perceived Product Quality, Consumer's Lifestyle, Signature Menu, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkat dan limpahan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENU *SIGNATURE* MCDONALD’S BANJARMASIN”**.

Tujuan dari penulisan tesis ini adalah untuk memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Magister Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Dalam proses penulisan tesis ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya peneliti sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan penuh perhatian memberikan pengetahuan, bimbingan dan nasehat yang begitu besar kepada peneliti sehingga penulisan tesis ini berjalan baik dan lancar.
4. Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji I telah penuh perhatian memberikan masukan, saran, dan pengarahan kepada peneliti.

5. Dr. Hairudinor, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji II yang telah penuh perhatian memberikan masukan, saran, dan pengarahan kepada peneliti.
6. Para staff dan karyawan McDonald's Banjarmasin yang telah membantu dan memberikan banyak kontribusi dalam melakukan penelitian.
7. Para dosen, staff, karyawan, dan teman-teman angkatan tahun 2021 di Magister Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah banyak memberikan ilmu dan bantuan selama peneliti menempuh pendidikan magister.
8. Terima kasih tak terhingga kepada Bapak Basrian Noor, S.Pi., Ibu Prof. Dr. Emmy Lilimantik, S.Pi., M.P, Nur Rahmi S.IP., dan Nur Laily Ramadhania selaku ayah, ibu, dan adik-adik peneliti yang telah memberikan dorongan moril, kasih sayang, dan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu saran beserta kritikan yang membangun sangat diharapkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Banjarmasin, Mei 2023
Peneliti

Nurul Ismi
NIM 2120420320009

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Tinjauan Teori.....	21
2.2.1. Perilaku Konsumen	21
2.2.2. Harga.....	26
2.2.3. Persepsi Harga.....	28
2.2.4. Kualitas Produk.....	29
2.2.5. Persepsi Kualitas Produk	32
2.2.6. Gaya Hidup Konsumen	34
2.2.7. Keputusan Pembelian.....	36
2.3. Model Penelitian	43
2.4. Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1. Pendekatan Penelitian.....	45
3.2. Lokasi Penelitian	45
3.3. Populasi dan Sampel	46

3.3.1.	Populasi	46
3.3.2.	Sampel.....	46
3.4.	Definisi Operasional Variabel	46
3.4.1.	Variabel Bebas (Independent Variable)	46
3.4.2.	Variabel Terikat (Dependent Variable).....	48
3.5.	Sumber Data	50
3.6.	Metode Pengumpulan Data	51
3.7.	Teknik Penentuan Skor	51
3.8.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
3.8.1.	Uji Validitas	52
3.8.2.	Uji Reliabilitas	53
3.9.	Teknik Analisis Data	54
3.9.1.	Analisis Statistik Deskriptif	54
3.9.2.	Analisis Statistik Inferensial	55
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1.	Hasil Penelitian.....	63
4.1.1.	Karakteristik Responden	63
4.1.2.	Hasil Uji Validitas.....	67
4.1.3.	Uji Reliabilitas	69
4.1.4.	Analisis Statistik Deskriptif	69
4.1.5.	Pengujian Asumsi Klasik	82
4.1.6.	Analisis Regresi Linier Berganda	85
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian	91
4.2.1.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Menu <i>Signature McDonald's Banjarmasin</i>	91
4.2.2.	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Menu <i>Signature McDonald's Banjarmasin</i>	93
4.2.3.	Pengaruh Persepsi Gaya Hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Menu <i>Signature McDonald's Banjarmasin</i>	94

4.2.4. Pengaruh Simultan Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Menu <i>Signature</i> McDonald's Banjarmasin	96
4.2.5. Interpretasi Hasil	97
4.3. Keterbatasan Penelitian	100
BAB V PENUTUP	102
5.1. Kesimpulan	102
5.2. Saran	103
5.2.1. Saran Bagi Perusahaan	103
5.2.2. Saran Akademis	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	22
Gambar 2. 2 Model Perilaku Konsumen oleh Assael	26
Gambar 2. 3 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	37
Gambar 2. 4 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	40
Gambar 2. 5 Model Penelitian	43
Gambar 4. 1 Grafik Sebaran Data Model Regresi	82
Gambar 4. 2 Gambar 4.2 Grafik Scatterplot	84
Gambar 4. 3 Model Hasil Penelitian	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ranking TBI Restoran Cepat Saji.....	3
Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Burger MCD, KFC, dan A&W	4
Tabel 1. 3 Ringkasan Research Gap Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	10
Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terhadulu.....	17
Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen.....	49
Tabel 3. 2 Rentang Kategori Nilai Rata-Rata Jawaban Responden.....	54
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Umur.....	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4. 4 Pendapatan Responden per Bulan.....	66
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Status Perkawinan	67
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4. 8 Rentang Kategori Nilai Rata-Rata Jawaban Responden.....	70
Tabel 4. 9 Tanggapan Terhadap Variabel Persepsi Harga (X1)	71
Tabel 4. 10 Tanggapan Terhadap Variabel Kualitas Produk (X2).....	73
Tabel 4. 11 Tanggapan Terhadap Variabel Gaya Hidup (X3).....	76
Tabel 4. 12 Tanggapan Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	78
Tabel 4. 13 Dasar Pengambilan Keputusan Multikolinieritas	83
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas	83
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linieritas.....	85
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Berganda Coefficients ^a	86
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda (uji F / Anova).....	89
Tabel 4. 18 Nilai R, R Square dan Adjusted R Square	89
Tabel 4. 19 Kriteria Kekuatan Korelasi antar Variabel.....	90