

**ANALISIS PENGARUH HARGA, RASA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM
MCDONALD'S DI YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Natalia Wijaya

11150015

FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA

**ANALISIS PENGARUH HARGA, RASA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN ES KRIM MCDONALD'S
DI YOGYAKARTA**

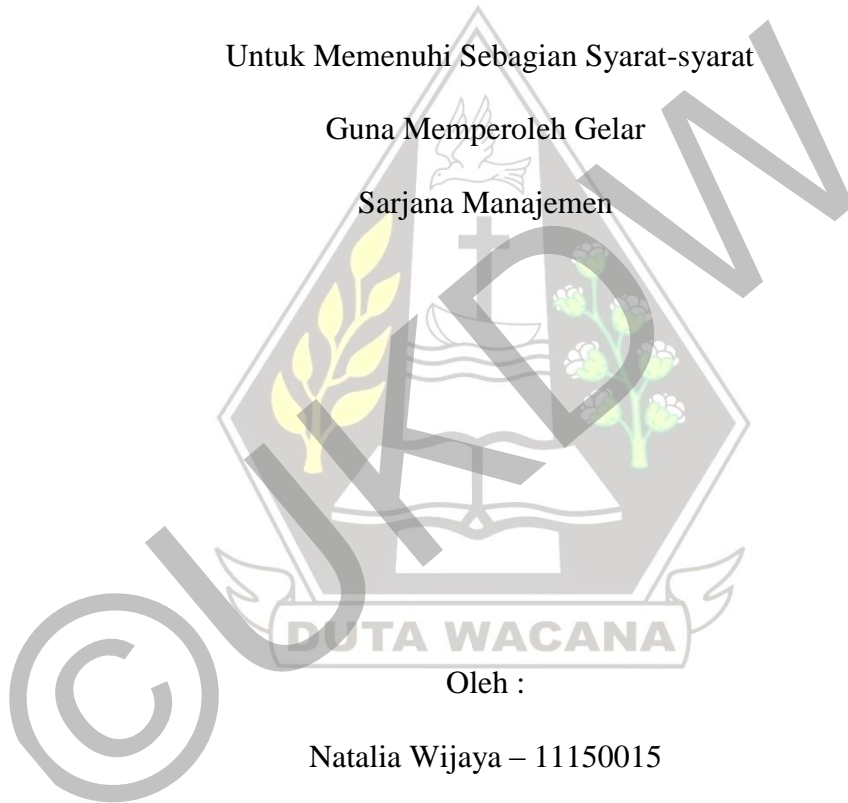
Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Oleh :

Natalia Wijaya – 11150015

FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA

2018

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :
“ANALISIS PENGARUH HARGA, RASA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM MCDONALD’S
DI YOGYAKARTA”

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

NATALIA WJAYA

11150015

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis

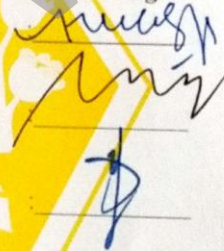
Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal 16 JAN 2019

Nama Dosen

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Ketua Tim/Dosen Penguji)
2. Dra. Ety Istriani, MM
(Dosen Penguji)
3. Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Penguji/Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 21 JAN 2019

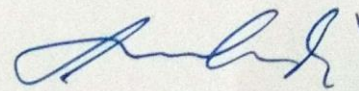
Disahkan Oleh :

Dekan,



Dr.Singgih Santoso., MM

Ketua Program Studi,



Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH HARGA, VARIAN RASA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM MCDONALD'S DI YOGYAKARTA.

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, adalah bukan hasil tiruan dan atau duplikasi dari hasil karya pihak lain pada perguruan tinggi atau institusi manapun, kecuali pada bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 19 November 2018



Natalia Wijaya

11150015

HALAMAN MOTTO

“You never fail until you stop trying.”

-Albert Einstein-

“Usaha adalah sebuah perjalanan, bukan sebuah tujuan. Usaha sering lebih penting daripada hasilnya.”

-Arthur Ashe-

“Kesuksesan adalah hasil dari kesempurnaan, kerja keras, belajar dari pengalaman, loyalitas, dan kegigihan.”

-Colin Powell-

“Create the highest, grandest vision possible for your life, because you become what you believe.”

-Anonim-

“Percayalah bahwa engkau pantas mendapatkan lebih dari hasil kerja kerasmu”

-Natalia Wijaya-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang selalu menyertai penulis dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
2. Kepada Mami dan Papi, serta seluruh keluarga yang penulis cintai, yang selalu memberi semangat dan cinta kepada penulis.
3. Kepada bapak Singgih Santoso., MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi banyak arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Kepada Emie, Iin, Angel, dan Aldo yang memberi dukungan dan banyak membantu penulis.
5. Kepada Vincent Wijaya, yang selalu mendukung dan membantu penulis.
6. Kepada Keluarga Mahasiswa Buddhis (KAMADHIS) yang selalu mendukung, membantu dan tak henti-hentinya mengingatkan penulis dalam penyelesaian skripsi.
7. Kepada teman-teman penulis lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Esa atas limpahan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “Analisis Pengaruh harga, rasa, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian es krim di McDonald’s”. Penulisan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa yang akan datang. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 19 November 2018

Penulis,

Natalia Wijaya

11150015

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah	7
1.5.1 Variabel yang diteliti dalam penelitian	7
1.5.2 Responden Penelitian.....	8
1.5.3 Periode Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Harga.....	9

2.1.2	Rasa.....	10
2.1.3	Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.4	Keputusan Pembelian.....	10
2.2	Kerangka penelitian	11
2.3	Penelitian Terdahulu	12
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		23
3.1	Populasi dan sampel.....	23
3.1.1	Populasi.....	23
3.1.2	Sampel.....	23
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.3	Variabel Penelitian Dan Teknik Pengukuran Variabel	24
3.4	Analisis Data.....	25
3.4.1	Uji Instrumen Penelitian	25
3.4.1.1	Uji Validitas.....	25
3.4.1.2	Uji Reabilitas	25
3.4.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	27
3.4.3	Koefisien Determinasi (R ²)	28
3.4.4	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	28
3.4.5	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	29
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		30
4.1	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	30
4.1.1	Uji Validitas	30
4.1.2	Uji Reabilitas	32

4.2	Analisis Deskriptif	33
	a. Profil Responden Berdasarkan Gender	33
	b. Profil Responden Berdasarkan Usia	34
	c. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	35
	d. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
	e. Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	36
4.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
4.3.1	Koefisien Determinasi (R ²)	40
4.3.3	Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	41
4.3.3	Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F).....	42
4.4	Pembahasan.....	46
BAB 5 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		49
5.1.	Kesimpulan	49
5.2.	Saran	50
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	50
5.2.1	Bagi Penelitian Selanjutnya	51
DAFTAR PUSTAKA.....		52
LAMPIRAN.....		55

DAFTAR TABEL

4.1 Hasil Uji Validitas.....	31
4.2 Realibility Statistics.....	32
4.3 Profil Responden Berdasarkan Gender	33
4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia	34
4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Saat Ini.....	35
4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
4.7 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	37
4.8 Hasil Regresi Linier Berganda.....	38
4.9 Koefisien Determinasi (R ²).....	40
4.10 Hasil Uji F.....	41
4.11 Hasil Uji T.....	43
4.12 Hasil Penelitian.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	11
--------------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

KUESIONER.....	55
DATA RESPONDEN.....	63
UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	67
UJI REGRESI.....	72
UJI KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	76
SURAT IJIN KESBANGPOL.....	79
BUKU KONSULTASI.....	81
FORMULIR REVISI.....	83

©UKYDWN

ABSTRAK

**ANALISIS PENGARUH HARGA, RASA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM MCDONALD'S
DI YOGYAKARTA**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, rasa, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di Yogyakarta. Produk yang menjadi sampel dari penelitian adalah es krim dari McDonald's. Pengujian dilakukan dengan menggunakan sampel sebanyak 100 orang responden yang pernah mencoba es krim McDonald's di Yogyakarta yang kemudian diuji menggunakan uji regresi linear berganda.

Dari analisis profil didapatkan mayoritas dari responden diketahui perempuan adalah mayoritas dengan usia responden yaitu 19 sampai dengan 22 tahun, mayoritas pendidikan Sarjana, mayoritas pekerjaan sebagai mahasiswa, dan pengeluaran per bulan mayoritas adalah Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 2.000.000.

Uji regresi linear berganda dapat disimpulkan bahwa secara parsial Harga dan Rasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di Yogyakarta. Sedangkan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di Yogyakarta. Namun secara simultan dapat disimpulkan bahwa Harga, Rasa, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Harga yang kompetitif, di sertai Rasa yang unik dan Kualitas Pelayanan yang baik dikalangan konsumen maka akan menyebabkan meningkatnya pengaruh terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di kota Yogyakarta.

Kata Kunci : Harga, Rasa, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

ANALYSIS OF PRICING, FLAVORS, AND SERVICE QUALITY TOWARDS PURCHASING DECISION ON MCDONALD'S ICE CREAM IN YOGYAKARTA

This research was purposed to find out the influence of price, flavors, and service quality variable toward purchasing decision on McDonald's ice cream in Yogyakarta. The product that has been sampled on this research was McDonald's ice cream. The testing was done with 100 respondents that once tried this ice cream in Yogyakarta and was tested again with multiple linear regression analysis.

From profil analysis discovered that most of respondents was 19-22 years old bachelor women with college student status and spending expense range Rp 1.000.000 to Rp 2.000.000 per month.

The conclusion of multiple linear regression analysis was partially price and flavors significantly influenting toward purchasing decision on McDonald's ice cream in Yogyakarta. But simultaneously could be concluded that price, flavors, service quality were influenting purchasing decision.

The conclusion of this research was, competitive price accompanied by unique flavors and good service quality for customer would make an increase effect toward purchasing decision on McDonald's ice cream in Yogyakarta city.

Key Word : Price, Flavors, Service Quality, Purchasing Decision

©UKDW

ABSTRAK

**ANALISIS PENGARUH HARGA, RASA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM MCDONALD'S
DI YOGYAKARTA**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, rasa, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di Yogyakarta. Produk yang menjadi sampel dari penelitian adalah es krim dari McDonald's. Pengujian dilakukan dengan menggunakan sampel sebanyak 100 orang responden yang pernah mencoba es krim McDonald's di Yogyakarta yang kemudian diuji menggunakan uji regresi linear berganda.

Dari analisis profil didapatkan mayoritas dari responden diketahui perempuan adalah mayoritas dengan usia responden yaitu 19 sampai dengan 22 tahun, mayoritas pendidikan Sarjana, mayoritas pekerjaan sebagai mahasiswa, dan pengeluaran per bulan mayoritas adalah Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 2.000.000.

Uji regresi linear berganda dapat disimpulkan bahwa secara parsial Harga dan Rasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di Yogyakarta. Sedangkan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di Yogyakarta. Namun secara simultan dapat disimpulkan bahwa Harga, Rasa, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Harga yang kompetitif, di sertai Rasa yang unik dan Kualitas Pelayanan yang baik dikalangan konsumen maka akan menyebabkan meningkatnya pengaruh terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di kota Yogyakarta.

Kata Kunci : Harga, Rasa, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

ANALYSIS OF PRICING, FLAVORS, AND SERVICE QUALITY TOWARDS PURCHASING DECISION ON MCDONALD'S ICE CREAM IN YOGYAKARTA

This research was purposed to find out the influence of price, flavors, and service quality variable toward purchasing decision on McDonald's ice cream in Yogyakarta. The product that has been sampled on this research was McDonald's ice cream. The testing was done with 100 respondents that once tried this ice cream in Yogyakarta and was tested again with multiple linear regression analysis.

From profil analysis discovered that most of respondents was 19-22 years old bachelor women with college student status and spending expense range Rp 1.000.000 to Rp 2.000.000 per month.

The conclusion of multiple linear regression analysis was partially price and flavors significantly influenting toward purchasing decision on McDonald's ice cream in Yogyakarta. But simultaneously could be concluded that price, flavors, service quality were influenting purchasing decision.

The conclusion of this research was, competitive price accompanied by unique flavors and good service quality for customer would make an increase effect toward purchasing decision on McDonald's ice cream in Yogyakarta city.

Key Word : Price, Flavors, Service Quality, Purchasing Decision

©UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Es krim adalah sebuah makanan beku yang dibuat dari produk susu seperti krim, digabungkan dengan perasa dan pemanis. Campuran ini diaduk dan diturunkan suhunya untuk mencegah pembentukan kristal es besar. Prinsip pembuatan es krim adalah membentuk rongga udara pada campuran bahan es krim sehingga diperoleh pengembangan volume yang membuat es krim menjadi lebih ringan, tidak terlalu padat, dan mempunyai tekstur yang lembut (Padaga dan Sawitri, 2005). Menurut SNI (1995) es krim adalah jenis makanan semi padat yang dibuat dengan cara pembekuan tepung es krim atau dari campuran susu, lemak hewani maupun nabati, gula, dengan atau tanpa bahan makanan lain dan bahan tambahan makanan yang diizinkan. Es krim merupakan hasil pembekuan sebagian sistem buih (*foam*) yang biasanya mengandung 40-50% udara. Fase kontinyu dari buih tersusun oleh kristal es, partikel padatan terlarut, dan koloidal (garam, protein, gula, dan stabilizer), serta lemak dalam bentuk emulsi (Berger, 1976).

Menurut Ismunandar (2004) es krim mempunyai struktur berupa busa yaitu gas yang terdispersi dalam cairan, yang diawetkan dengan pendinginan sampai suhu beku. Es krim tampak sebagai wujud yang padu, tetapi bila dilihat dengan menggunakan mikroskop akan tampak empat komponen penyusun es krim yaitu padatan globula lemak susu, udara yang ukurannya

tidak lebih dari 0,1 mm, kristal-kristal kecil es dan air yang melarutkan gula, garam dan protein susu.

Es krim merupakan suatu hidangan yang berbentuk emulsi air dalam minyak (*water in oil*). Es krim terdiri dari 62-68% air, 32-38% bahan padat dan udara. Menurut Soeparno (1998) dalam Malaka (2007) menjelaskan bahwa es krim adalah sejenis produk makanan beku yang terbuat dari krim susu, gula dengan atau tanpa penambahan zat pembentuk aroma dan mengandung antara 8-14% lemak susu.

Es krim yang diproduksi oleh industri modern komersial dibuat dari campuran bahan-bahan yaitu 10-16% lemak susu, 9-12% padatan tanpa lemak, 12-16% gula, 0,2-0,5% stabilizer dan emulsifiers, 55-64% air yang berasal dari susu atau bahan lain (Anonymous, 2006). Di Indonesia, produk es krim memiliki ketentuan mutu yang diperbolehkan dan diatur dalam SNI No. 01-3713-1995.

Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan es krim adalah lemak susu, padatan susu tanpa lemak (krim), gula pasir, bahan penstabil dan pengemulsi (Astawan, 2010).

Menurut Euromonitor, walaupun konsumsi per kapitanya rendah, pasar es krim Indonesia sangat besar secara ukuran, mencapai 158 juta liter dan terbesar di Asia Tenggara. Ini lantaran jumlah penduduk Indonesia yang besar. Proyeksinya, hingga tahun 2018 pertumbuhan pasar es krim mencapai 240 juta liter atau rata-rata tumbuh 8,75%.

Perkembangan pasar di Indonesia merupakan cerminan dari pertumbuhan pasar di kawasan Asia. Dan, yang menarik dari industri es krim ini, kawasan-

kawasan yang dulunya merupakan konsumen terbesar es krim sudah tergeser. Masih menurut data Euromonitor, sekarang ini Eropa dan Amerika bukan lagi konsumen terbesar es krim, namun Asia Pasifik lah yang terbesar. Kawasan Asia Pasifik menguasai pangsa pasar sekitar 30% dari total pasar es krim dunia, sedangkan Amerika menguasai 28%.

Ada beberapa faktor yang membuat kawasan Asia Pasifik dan Asia Tenggara memiliki serapan yang tinggi dalam konsumsi es krim. Faktor mendasar adalah pertumbuhan jumlah penduduk yang diikuti dengan peningkatan daya beli di kawasan ini. “Terutama, di negara-negara berkembang seperti Indonesia dan Asia. Adanya perbaikan tingkat perekonomian ini menyebabkan perubahan gaya hidup dan pola makan, termasuk dalam konsumsi es krim (Adji Andjono, Nasional Sales Manager & Marketing Manager PT Campina Ice Cream Industry).

Selanjutnya, adalah dukungan cuaca di kawasan Asia yang cenderung panas, sehingga sangat cocok untuk mengonsumsi es krim. Terakhir adalah faktor usia. Pada umumnya es krim disukai oleh kelompok usia muda dan di dua kawasan Asia ini cenderung memiliki proporsi anak muda yang sangat besar. Hal ini berbeda dengan negara-negara maju di Eropa dan Amerika, bahkan Jepang, yang proporsi orang mudanya kian mengecil.

Faktor-faktor pendorong pertumbuhan pasar es krim tersebut di atas juga berlaku di negara ini. Dalam beberapa tahun belakang ini, industri es krim terus mengalami pertumbuhan. Sekarang ini, tingkat konsumsi per kapita/tahun ada di angka 0,6 liter. Angka ini terbilang rendah bila dibandingkan negara-negara di ASEAN, seperti Filipina yang mencapai 2-3

liter per kapita/tahun, Malaysia 2,1 liter per kapita/liter, dan Thailand 2 liter per kapita/tahun. Namun, seperti sudah tersebut di atas, negara ini adalah pasar potensial terbesar di Asia Tenggara untuk es krim.

Dengan potensi pasar yang sedemikian besar, Indonesia hanya memiliki dua pemain utama. Satu pemain multinasional dan satunya adalah pemain lokal, yakni Campina. Merek ini menguasai 25% pangsa pasar es krim di Indonesia atau ada di posisi nomor dua. Memang, Campina belum bisa menandingi pemain asing, Unilever, di sini. Namun, perusahaan es krim asal Surabaya ini boleh dibilang merupakan perusahaan es krim terbesar di Asia Tenggara, tanpa menghitung perusahaan-perusahaan multinasional yang ada di kawasan ini.

Memang, secara global hanya ada dua pemain besar di industri makanan dan minuman dunia, terutama di kategori es krim, yakni Unilever dan Nestle. Namun, faktanya dua pemain besar ini hanya menguasai 35% dari pangsa pasar es krim global. Menurut data Euromonitor, Unilever menguasai sekitar 21%, sedangkan Nestle 14% pangsa pasar es krim dunia.

Dengan teknologi yang makin canggih, makin banyak dan beraneka ragam pula es krim yang dapat dibuat. Hal ini tentu saja sangat berpengaruh besar kepada para pecinta es krim. Dalam hal ini tentu saja beberapa faktor akan mempengaruhi proses pemilihan es krim yang akan dikonsumsi. McDonald's, restoran yang didirikan McDonald's bersaudara dan dibantu perkembangannya oleh Ray Kroc ini merupakan restoran yang sangat mengutamakan kecepatan dalam pelayanan agar dapat menaikkan volume pelanggan. Tidak hanya sampai pada *fast,food*, McDonald's juga

menyediakan berbagai macam es krim dengan rasa yang banyak. Sebagai konsumen, tentu saja dengan begitu maraknya usaha penjualan es krim maka akan sangat membingungkan untuk melakukan pemilihan. Oleh karena itu, faktor harga, rasa, dan pelayanan sangat mempengaruhi pengambilan keputusan. McDonald's sendiri menawarkan harga yang bervariasi dan terbilang terjangkau untuk es krim yang dijual dengan pilihan rasa yang unik dan variatif. Namun, tidak semua konsumen akan memiliki pemikiran yang sama mengenai harga yang ditawarkan ini. Xie dan Shugan (2000:230) mengungkapkan bahwa konsumen yang baru lebih sensitive dalam perbandingan harga daripada konsumen yang lama dalam waktu melakukan transaksi pembelian. Hal inilah yang kadang menciptakan kesempatan untuk membedakan harga bagi pendatang baru dikaitkan dengan harga yang sangat sensitive. Tidak hanya harga, rasa yang variatifpun sangat mempengaruhi pengambilan keputusan. Umumnya, rasa es krim ada 2 macam yaitu coklat dan stroberi. Namun seiring dengan perkembangan jaman, es krim kini tidak hanya memiliki 2 macam rasa saja. Es krim yang dijual di McDonald's menawarkan berbagai rasa seperti *Ice Cream Cone Chocolate, Vanilla, Green tea, Sea Salt, Banana, dan McFlurry*. Tidak hanya pada bagian rasa, namun banyaknya tambahan topping juga menjadi daya tarik dari es krim ini. Harga dan rasa tentu saja berpengaruh, namun pelayanan yang diberikan adalah yang paling utama dan yang diyakini dan digunakan konsumen untuk menilai suatu usaha. Menurut Kasmir (2005), Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dilakukanlah penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH HARGA, RASA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM MCDONALD’S DI YOGYAKARTA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut :

- a. Apakah harga mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian es krim di McDonald’s?
- b. Apakah rasa mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian es krim di McDonald’s?
- c. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian es krim di McDonald’s?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan pembelian es krim di McDonald’s.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh rasa terhadap pengambilan keputusan pembelian es krim di McDonald’s.
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian es krim di McDonald’s.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Diri Sendiri

Manfaat penelitian ini untuk diri sendiri adalah untuk pengembangan wawasan dalam pengalaman dalam melakukan penelitian serta dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian es krim di McDonald's.

1.4.2 Perusahaan

Manfaat penelitian ini untuk perusahaan adalah agar McDonald's dapat mengetahui faktor penting yang menjadi bagian dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumennya sehingga, dikedepannya McDonald's dapat menggunakan faktor-faktor tersebut sebagai dasar pemikiran dan memperbaiki apa yang dapat diperbaiki dan dapat menjadi lebih baik lagi.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang ada adalah sebagai berikut :

1.5.1 Variabel yang diteliti dalam penelitian ini

- a. Variabel Dependen : Keputusan Pembelian es krim McDonald's
- b. Variabel Independen : Harga, Rasa, Kualitas Pelayanan

1.5.2 Responden Penelitian

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang yang terdiri dari siswa, mahasiswa, karyawan dll yang pernah mencoba es krim McDonald's.

1.5.3 Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus hingga November tahun 2018.

©UKDW

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, rasa, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di Yogyakarta. Produk yang menjadi sampel dari penelitian adalah es krim dari McDonald's. Pengujian dilakukan dengan menggunakan sampel sebanyak 100 orang responden yang pernah mencoba es krim McDonald's di Yogyakarta yang kemudian diuji menggunakan uji regresi linear berganda. Dari 100 orang responden didapatkan mayoritas dari tiap profil yang diajukan. Untuk Gender, perempuan perempuan adalah mayoritas dengan jumlah 62 orang, mayoritas usia responden yaitu 19 sampai dengan 22 tahun dengan mayoritas pendidikan saat ini Sarjana, mayoritas pekerjaan masih sebagai mahasiswa dan pengeluaran per bulan mayoritas adalah Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 2.000.000.

Setelah dilakukan uji regresi linear berganda dapat disimpulkan bahwa Harga dan Rasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di Yogyakarta. Sedangkan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di Yogyakarta.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan penelitian menggunakan uji linear berganda maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

- a. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di Yogyakarta sehingga harga yang kompetitif serta penetapan harga harus dilakukan secara hati-hati dan bijaksana guna meningkatkan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian es krim di McDonald's.
- b. Rasa berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di Yogyakarta sehingga diharapkan bahwa perusahaan dapat terus melakukan inovasi terbaru guna meningkatkan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian es krim di McDonald's.
- c. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian es krim McDonald's di Yogyakarta sehingga perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan di setiap Outletnya guna meningkatkan kepuasan konsumen guna meningkatkan keputusan pembelian es krim McDonald's di Yogyakarta.

5.2.2 Bagi Penelian Selanjutnya

- a. Diharapkan bahwa penelitian ini dapat menjadi acuan ataupun bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
- b. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan lebih baik lagi.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Cindy Juwita Dessyana. *Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pembelian Konsumen Di Texas Chicken Multimart II Manado*. 1(3).
- Dhar, R. L. 2015. *Service Quality And The Training Of Employees: The Mediating Role Of Organizational Commitment*. *Tourism Management*. 419-430.
- LEMBANG, Rosvita Dua And SUGIONO, Sugiono .2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro). Undergraduate Thesis, Perpustakaan Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Marian, L. 2014. *The Role Of Price As A Product Attribute In The Organic Food Context: An Exploration Based On Actual Purchase Data*. *Food Quality and Preference*. 52-60.
- Mellya Silviana. 2013. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ice Cream Wall's Pada Siswa Smp Dan SMA Di Kota Padang*, 2(1).
- O'Neill, M. (t.thn.). *Produksi Anggur Sebagai Pengalaman Layanan-Pengaruh Kualitas Layanan Penjualan Wine*.
- Orel, F. D. 2014. *Supermarket Self-Checkout Service Quality, Customer Satisfaction, And Loyalty: Empirical Evidence From An Emerging Market*. *Jurnal Of Retailing and Consumer Services*. 118-129.

William B. Dodds dan Kent B. Monroe.1985. *Pengaruh Informasi Merek dan Harga pada Penilaian Produk Subyektif, Kemajuan dalam Penelitian Konsumen Volume 12, eds. Elizabeth C. Hirschman dan Moris B. Holbrook, Provo* (hlm. 85-90) UT: Asosiasi untuk Penelitian Konsumen.

(<http://marketeers.com/lezatnya-potensi-pasar-es-krim-indonesia/> diakses 30 Agustus 2018)

(<http://darsatop.lecture.ub.ac.id/2015/11/es-krim/> diakses 30 Agustus 2018)

(<https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-rsquare.html>, diakses 1 November 2018)

(<http://pengertianharga.blogspot.com/2016/03/pengertian-harga-menurut-para-ahli.html>, diakses 1 November 2018)

(<http://www.infodanpengertian.com/2015/11/pengertian-kualitas-pelayanan-menurut.html#> diakses 1 November 2018)

(<https://plus.google.com/108778983038189772221/posts/aL7uEdCPD7L> diakses pada 1 November 2018)

(<https://www.statistikian.com/2017/06/berbagai-jenis-regresi-berganda.html> diakses pada 1 November 2018)

(<http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/analisis-regresi-linier-berganda.html> diakses pada 1 November 2018)

(<http://rayendar.blogspot.com/2015/06/metode-penelitian-menurut-sugiyono-2013.html> diakses pada 1 November 2018)

(<https://initugasku.wordpress.com/2010/03/03/definisi-inovasi/> diakses pada 1 November 2018)

(https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=2aUKEwim_pGBv_neAhUEAXIKHW0NBV0QFjACegQICBAB&url=http%3A%2F%2Fwww.pendidikanekonomi.com%2F2012%2F10%2Fpengertian-keputusan-pembelian-konsumen.html&usg=AOvVaw3Q2O8SUxiwcHwtmwThdfco) diakses pada 1 November 2018)

(<http://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>) diakses pada 1 November 2018)

©UKDW