

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK PADA MCDONALDS DI SIDOARJO**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Pertanian Strata Satu (S1) Pada Program Studi Agribisnis  
Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang



**Disusun Oleh :  
Arya Maulana  
201710210311106**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN**  
**PEMBELIAN PRODUK PADA MCDONALDS DI SIDOARJO**

Oleh :  
**Arya Maulana**  
**NIM : 201710210311106**

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama


Tanggal, 8 Juli 2024



**Dr. Ir. Anas Tain, M.M.**  
**NIP. 19660221199011001**

Pembimbing Pendamping,

Tanggal, 8 Juli 2024



**Fithri Mufriantje, S.P., M.P.**  
**NIP. 20210722071976**

Malang, 8 Juli 2024



Mengesahkan

Wakil Dekan 1,  
Fakultas Pertanian Peternakan

Ketua Program Studi Agribisnis,



**Ir. Henik Sukorini, M.P., Ph. D., IPM.**  
**NIP. 10593110359**



**Ary Bakhtiar, S.F., M.Si.**  
**NIP. 170801011992**

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK PADA MCDONALDS DI SIDOARJO


Oleh:

Arva Maulana  
NIM:201710210311106

Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Pertanian – Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang Nomor: E.2.b/423/FPP-UMM/V/2024 dan rekomendasi Komisi Skripsi Fakultas Pertanian – Peternakan UMM pada tanggal: 29 Mei 2024 dan keputusan Ujian Sidang yang dilaksanakan pada tanggal: 02 Juli 2024

Dewan Penguji

Penguji I,



Dr. Ir. Anas Tain, M.M.  
NIP. 19660221199011001

Penguji II,



Fithri Mulriantie, S.P., M.P.  
NIP. 20210722071976

Penguji III,



Ir. Gumoyo Mumpuni Ningsih, M.P.  
NIP. 196309161993032001

Penguji IV,



Nur Ocvany Amir, S.P., M.P.  
NIP. 10517080608


Malang, 8 Juli 2024  
Mengesahkan:

Dekan Fakultas Pertanian Peternakan

Ketua Program Studi Agribisnis



Prof. Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si., IPU. ASEAN Eng.  
NIP. 1964051411900031002



Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.  
NIP. 170801011992

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arya Maulana  
NIM : 201710210311106  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian – Peternakan  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan dengan sebenarnya dan sesungguhnya, bahwa skripsi atau karya ilmiah berjudul ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MCDONALDS DI SIDOARJO

1. Skripsi ini adalah milik saya sendiri yang disusun berdasarkan serangkaian penelitian yang saya lakukan dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi manapun, semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.
2. Penulis skripsi ini tidak ada plagiasi, duplikasi ataupun replikasi terhadap hasil penelitian ini dari pihak-pihak manapun yang menyebarkan hasil penelitian ini tidak otentik, kecuali secara tertulis diacu dalam skripsi dan disebutkan rujukannya dalam daftar pustaka.
3. Skripsi ini disusun berdasarkan persetujuan dan bimbingan dari dewan pembimbing dan telah diujikan dihadapan dewan penguji tugas akhir Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan bertanggung jawab.

Malang, 8 Juli 2024

Mengetahui  
Dosen Pembimbing Utama

  
**Dr. Ir. Anas Tain, M.M.**  
NIP. 196602211991011001



yatakan  
**ulana**  
NIM. 201710210311106

## ABSTRAK

**Arya Maulana, 201710210311106. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pada Mcdonalds Di Sidoarjo. Dibawah bimbingan Dr.Ir. Anas Tain, M.M. dan Fithri Mufriantie, S.P, M.P.**

Perkembangan industri pangan dan perkembangan teknologi yang cukup pesat memudahkan budaya asing diketahui oleh banyak kalangan masyarakat Indonesia, salah satunya budaya konsumsi makanan cepat saji. Banyak kalangan masyarakat yang mulai meninggalkan budaya konsumsi makanan tradisional. Karena itu kota Sidoarjo dapat dijadikan target pasar bagi restoran cepat saji untuk menjual produknya mengingat kemampuan daya beli masyarakat yang memadai. Total gerai Mcd di Sidoarjo menurut Mcdonalds.co.id mencapai 5 gerai yang tersebar di Kecamatan Waru, Juanda, Gedangan, Sidoarjo dan Taman. Hasil olah SPSS dari hasil uji t dapat dilihat nilai probabilitas signifikansi untuk variabel faktor sosial sebesar 0,186. Hasil olah SPSS dari dari, hasil uji t dapat dilihat nilai probabilitas signifikansi untuk variabel faktor pribadi sebesar 0,000. Hasil olah SPSS dari hasil uji t dapat dilihat nilai probabilitas signifikansi untuk variabel faktor psikologis sebesar 0,001. Karakteristik responden atau konsumen Mcdonalds di kota Sidoarjo dominan digemari oleh laki laki dengan persentase 58% dari total responden. Maka dapat disimpulkan bahwa Faktor Sosial ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dapat disimpulkan Faktor Pribadi ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y). Maka Faktor Psikologis ( $X_3$ ), berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).

**Kata Kunci: Mcdonalds, Karakteristik, Sidoarjo**

## ABSTRACT

**Arya Maulana, 201710210311106. Analysis of factors that affect the decision to purchase products at Mcdonalds in Sidoarjo. Under the guidance of Dr.Ir. Anas Tain, M.M. and Fithri Mufriantje, S.P, M.P.**

---

The development of the food industry and the rapid development of technology have made it easier for foreign culture to be known by many Indonesian people, one of which is the culture of fast food consumption. Many people have begun to abandon the culture of traditional food consumption. Therefore, the city of Sidoarjo can be used as a target market for fast food restaurants to sell their products considering the adequate purchasing power of the community. According to Mcdonalds.co.id, the total Mcd outlets in Sidoarjo reach 5 outlets spread across Waru, Juanda, Gedangan, Sidoarjo and Taman Districts. The results of the SPSS processing from the results of the t-test can be seen to have a significance probability value for the social factor variable of 0.186. The results of the SPSS processing from the results of the t-test can be seen the significance probability value for the personal factor variable of 0.000. The results of SPSS processing from the results of the t-test can be seen the significance probability value for the psychological factor variable of 0.001. The characteristics of Mcdonalds respondents or consumers in the city of Sidoarjo are predominantly favored by men with a percentage of 58% of the total respondents. Therefore, it can be concluded that Social Factors (X1) have no effect on Purchase Decisions (Y). It can be concluded that Personal Factor (X2) has a simultaneous and partial effect on the Purchase Decision (Y). So the Psychological Factor (X3) has a simultaneous and partial effect on the Purchase Decision (Y).

**Keywords: Mcdonalds, Characteristics, Sidoarjo**

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MCDONALDS DI SIDOARJO ”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, hidayah, dan kesehatan untuk menyelesaikan skripsi.
2. Kedua Orang Tua dan istri saya Febiola Pradipta R. yang selalu memberikan nasihat, mendoakan, memberikan semangat, dorongan baik berupa moril maupun materi.
3. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si. selaku ketua program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Peternakan, Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Ir. Anas Tain, M.M. selaku dosen pembimbing utama yang memberikan ilmu serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Fithri Mufriantie, S.P, M.P. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan ilmu serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Teman-teman mahasiswa angkatan 2017 khususnya kelas Agribisnis C yang telah memberikan banyak dukungan, informasi selama pengerjaan skripsi.
7. Seluruh pihak yang selalu memberikan support agar selalu semangat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari tidak ada yang sempurna di dunia ini, kesempurnaan hanya milik Allah SWT, sehingga kritik dan saran sangat diharapkan oleh penulis. Penulis berharap penelitian ini memberikan manfaat untuk pembaca serta mendapatkan rahmat dari Allah SWT, aamiin.

Malang, 19 Juni 2022





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Definisi Operasional .....	5
<b>BAB II</b> .....	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Perilaku Konsumen.....	14
2.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	17
2.3.1 Pengenalan Masalah .....	18
2.3.2 Pencarian Informasi.....	18
2.3.3 Evaluasi Alternatif.....	18
2.3.4. Keputusan Pembelian .....	19
2.3.5. Perilaku Pasca Pembelian.....	19
2.4 Kerangka Berpikir.....	19
2.5 Hipotesis .....	20
<b>BAB III</b> .....	<b>21</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>

3.1 Desain Penelitian .....	21
3.2 Jenis Data.....	21
3.3 Waktu Dan Tempat.....	21
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	21
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.6 Metode Analisis Data.....	23
3.6.1 Uji Instrumen Data .....	23
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	25
3.6.3 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	27
3.6.4 Uji Hipotesis .....	25
3.7 Pengukuran Variabel.....	26
<b>BAB IV .....</b>	<b>29</b>
<b>GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
<b>4.1 Kondisi Umum Penelitian .....</b>	<b>29</b>
4.2 Kondisi Khusus Penelitian .....	30
4.2.1 McDonald's Indonesia .....	30
<b>BAB V.....</b>	<b>32</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
5.1 Karakteristik Responden.....	32
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	32
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	33
5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	34
5.2 Uji Prasyarat Hipotesis .....	35
5.2.1 Uji Instrumen Data .....	35
5.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	37
5.2.3 Uji Analisis Jalur ( <i>Path Analisis</i> ) Secara Langsung.....	40
5.2.4 Pengujian Hipotesis.....	41
<b>BAB VI.....</b>	<b>46</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>46</b>
6.1 Kesimpulan.....	46
6.2 Saran.....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>48</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>70</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand index Restoran fast food .....	2
Tabel 2. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat ini.....	11
Tabel 3. Skala Likert.....	23
Tabel 4. Durbin Watson d test : Pengambilan Keputusan .....	27
Tabel 5. Tabel pengukuran.....	27
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan .....	35
Tabel 10. Uji Validitas.....	36
Tabel 11. Uji reliabilitas.....	37
Tabel 12. Uji Normalitas.....	38
Tabel 13. Uji Multikolinieritas.....	38
Tabel 14. Uji Heteroskedastisitas.....	39
Tabel 15. Uji Autokorelasi.....	39
Tabel 16. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	42
Tabel 17. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	42
Tabel 18. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Keputusan Pembelian .....	18
Gambar 2. Kerangka Berpikir .....	20
Gambar 3. Hasil Analisis Hubungan Struktural antara X1, X2, X3, dan Y .....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.kuisisioner. ....	50
Lampiran 2. Dokumentasi.....	53
Lampiran 3. Daftar responden.....	54
Lampiran 4.Data tabulasi .....	60



## DAFTAR PUSTAKA

- Asih, Putri Sari dkk. 2021. Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fastfood Kfc Di Kota Sorong. Jurnal Perkusi Volume 1, Nomor 3, Juli 2021.
- Basith, Abdul dan Faris Fadhilah. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk pada McDonald's di Jatiasih Bekasi. Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO), Vol. 9 No. 3, Desember 2018, Hal. 191-202.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto Hartono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman – Pengalaman*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM.
- Kasbella, Putri Wahyuni dan Putu Nina Madiawati. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Jafra. e-Proceeding of Management : Vol.4, No.1 April 2017 Halaman 660.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran: Jilid 1*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Edisi ke Tigabelas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke Tujuh. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Simanjorang, Elida Florentina Sinaga. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Pada Warkop On Mada Rantauprapat. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)* Volume 1, Nomor 1, Juli, 2020 eISSN: 2746-2137.
- Suawa, Alicia Jeniver dkk. 2019. Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di New Ayam Bandung Resto Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA* Vol.7 No.4 Oktober 2019, Hal. 5195-5204.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis* (cetakan ke 16). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.

- Syofian, Siregar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Timmerman, Victor Alan dkk. 2017. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Texas Chicken Manado. *Jurnal EMBA* Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 1113 –1122.





# FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN



## AGRIBISNIS

agribisnis.umm.ac.id | agribisnis @umm.ac.id

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

Nomor : E.2.g/215/AGRI-FPP/UMM/VII/2024  
Lampiran : -  
Hal : Bukti Deteksi Plagiasi



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Menindaklanjuti Peraturan Rektor UMM No. 2 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Deteksi Plagiasi pada Karya Ilmiah Dosen dan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Malang telah melakukan deteksi plagiasi pada karya ilmiah:

Nama Mahasiswa : Arya Maulana  
NIM : 201710210311106  
Judul TA : Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk pada McDonald's di Sidoarjo

Persentase Kesamaan:

No	Jenis Naskah	Persentase Kesamaan (%)	Batas Maksimum Kesamaan (%)	Keterangan
1	Bab I	2	10	Sesuai
	Bab II	21	25	Sesuai
	Bab III	21	35	Sesuai
	Bab IV	7	15	Sesuai
	Bab V	2	5	Sesuai
2	Naskah Publikasi	-	25	Tidak Ada

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 15 July 2024

Admin Deteksi Plagiasi  
Program Studi Agribisnis,



Wahid Muhammad Shodiq, S.P., M.P  
NIP. 20220815031997



Mengetahui  
Ketua Program Studi Agribisnis,



Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.  
NIP. 170801011992

Tembusan:

1. Dosen Pembimbing 1 dan 2
2. Arsip



### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

### Kampus II

Jl. Bendungan Sutami No.188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id