

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2.2	Konseptualisasi (definisi konsep dan definisi operasional)	26
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3	Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	37
Tabel 4.4	Karakteristik berdasarkan Frekuensi Pembelian	38
Tabel 4.5	Tabulasi Data Promosi Melalui Sosial Media.....	38
Tabel 4.6	Tabulasi Data Harga	42
Tabel 4.7	Tabulasi Data Kualitas Pelayanan	45
Tabel 4.8	Tabulasi data Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.9	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Promosi melalui Sosial Media.....	51
Tabel 4.10	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga	53
Tabel 4.11	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	54
Tabel 4.12	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Validitas	57
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	59
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolonieritas	60
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.17	Uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov	64
Tabel 4.18	Uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov	66
Tabel 4.19	Uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov	68
Tabel 4.20	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4.21	Hasil Uji Simultan (Uji F)	70
Tabel 4.22	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	71
Tabel 4.23	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Dasar Pemikiran	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan gambar Scatterplot	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Variabel Promosi melalui sosial media dengan Variabel Keputusan pembelian	63
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Variabel Harga dengan Variabel Keputusan Pembelian	65
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Variabel Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, HARGA, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MCDONALD'S CABANG RUNGKUT SURABAYA

Responden yang terhormat,

Dalam rangka pengumpulan data untuk kegunaan penelitian tentang “Pengaruh promosi melalui sosial media, harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen McDonald’s cabang Rungkut Surabaya.” Saya mohon kesediaannya untuk menjawab dan mengisi beberapa persyaratan yang disediakan di kuesionernya yang diberikan dibawah ini.

Hormat saya,

Rossy Febriyanti

1121700048

Petunjuk pengisian:

1. Bacalah setiap pernyataan dengan seksama sebelum menjawab.
2. Anda hanya dapat memberikan satu jawaban di setiap pernyataan.
3. Isilah kuesioner dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai keadaan yang sebenarnya.

I. Identitas responden

1. Nama Responden
2. Jenis Kelamin

Pria Wanita

3. Usia

< 20 tahun 41-50 tahun

21-30 tahun > 50 tahun

31-40 tahun

4. Pekerjaan

- Ibu Rumah Tangga Pengusaha
 Guru Mahasiswa/Pelajar
 Karyawan Swasta Lainnya

5. Frekuensi Pembelian

- < 1 kali dalam sebulan 2 kali dalam sebulan
 1 kali dalam sebulan > 3 kali dalam sebulan

II. Keterangan

- STS = Sangat Tidak Setuju = 1
 TS = Tidak Setuju = 2
 KS = Kurang Setuju = 3
 S = Setuju = 4
 SS = Sangat Setuju = 5

No.	Pernyataan	Skor				
		(1) STS	(2) TS	(3) KS	(4) S	(5) SS
Promosi Melalui Sosial Media						
Kontek						
1.	Promosi penjualan sosial media yang dilakukan oleh Mcdonald's cabang Rungkut dapat menarik konsumen.					
2.	McDonald's cabang Rungkut memberikan potongan harga dengan menggunakan voucher dari sosial media.					
3.	McDonald's cabang Rungkut memberikan diskon dengan pembelian menggunakan aplikasi sosial media.					

Komunikasi						
1.	McDonald's Cabang Rungkut melakukan Periklanan dimediasosial (Facebook,instagram dll) supaya dapat menjangkau konsumen lebih banyak.					
2.	McDonald's cabang Rungkut launching menu baru di sosial media dengan harga lebih rendah dari harga aslinya dapat menarik konsume.					
3.	McDonald's cabang Rungkut melakukan periklanan melalui aplikasi dengan menawarkan diskon-diskon didalamnya.					
Kolaborasi						
1.	McDonald's cabang Rungkut bekerja sama dengan selebgramatau artis untuk melakukan promosi melalui sosial media.					
2.	McDonald's cabang Rungkut sering melakukan kolaborasi dengan artis untuk melakukan periklanan.					
3.	McDonald's cabang Rungkut percaya dengan adanya kolaborasi akan membangun hubungan baik dengan pelanggannya.					
Koneksi						
1.	McDonald's cabang Rungkut menjalin hubungan yang baik kepada pelanggan.					
2.	McDonald's cabang Rungkut selalu memberikan informasi kepada pelanggan ketika produknya diskon.					
3.	McDonald's cabang Rungkut memperluas hubungan dengan pelanggan yang sudah terbina.					

Harga						
Kesesuaian harga produk dengan kualitas produk						
1.	Kesesuaian harga yang diberikan oleh McDonald's cabang Rungkut sesuai dengan kualitas produk.					
2.	Kesesuaian harga yang diberikan oleh McDonald's cabang Rungkut cukup terjangkau.					
3.	Kesesuaian harga yang diberikan oleh McDonald's cabang Rungkut sesuai dengan produk yang beli.					
Daftar Harga						
1.	Daftar harga yang diberikan oleh McDonald's cabang Rungkut dapat dijangkau pelanggan.					
2.	Daftar harga yang diberikan oleh McDonald's cabang Rungkut dapat bersaing dengan produk lain.					
3.	Daftar harga yang diberikan oleh McDonald's cabang Rungkut bermacam-macam varian menu.					
Potongan harga khusus						
1.	McDonald's cabang Rungkut memberikan potongan harga khusus untuk yang melakukan pembayaran dengan kartu kredit.					
2.	McDonald's cabang Rungkut memberikan potongan harga khusus untuk pembelian melalui pemesanan online, seperti gofood dan grabfood.					
3.	McDonald's cabang Rungkut memberikan potongan harga khusus untuk pembelian produk paket.					

Harga yang dipersepsikan						
1.	Harga yang diberikan oleh McDonald's cabang Rungkut sesuai persepsi konsumen.					
2.	Harga yang diberikan oleh McDonald's cabang Rungkut mencakup harapan dan manfaat sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.					
3.	Persepsi konsumen terhadap harga yang diberikan oleh McDonald's cabang Rungkut sesuai dengan yang diinginkan.					
Kualitas Pelayanan						
Bukti Langsung						
1.	Fasilitas yang diberikan McDonald's cabang Rungkut cukup memuaskan.					
2.	McDonald's cabang Rungkut menyediakan tempat khusus untuk perokok.					
3.	McDonald's cabang Rungkut terdapat kamar mandi untuk penyandang disabilitas.					
Kehandalan						
1.	Karyawan McDonald's cabang Rungkut melayani konsumen dengan baik.					
2.	Karyawan McDonald's cabang Rungkut melayani dengan cepat.					
3.	Pelayanan yang diberikan oleh McDonald's cabang Rungkut membuat pelanggan merasa puas.					
Daya tanggap						
1.	Karyawan McDonald's cabang Rungkut dengan cepat membersihkan tempat yang kotor.					

2.	Karyawan McDonald's cabang Rungkut selalu tanggap dalam melayani keluhan konsumen.					
Jaminan						
1.	Pelayanan yang diberikan oleh McDonald's cabang Rungkut menjamin produk yang akan dibeli.					
2.	Jika dalam pembelian McDonald's cabang Rungkut tidak memberikan struk pembelian maka produk yang dibeli akan diberikan secara gratis.					
Empati						
1.	Membangun relasi yang harmonis antara McDonald's cabang Rungkut dan konsumen dengan memberikan perhatian yang baik.					
2.	Membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen McDonald's cabang Rungkut.					
Keputusan Pembelian						
Melakukan pembelian ulang						
1.	Saya membeli ulang produk Mcdonald's karena saya suka.					
2.	Saya membeli ulang produk Mcdonald's karena melihat iklan diskon di sosial media.					
3.	Saya membeli ulang produk McDonald's karena melihat dari sosial media lewat Facebook atau Twitter.					
4.	Saya membeli ulang produk McDonald's karena melihat iklan di sosial media					
5.	Saya membeli ulang produk McDonald's karena melihat ada diskon.					

6.	Saya membeli ulang produk McDonald's karena ingin akan produknya.					
Keyakinan membeli terhadap produk						
1.	Saya membeli produk Mcdonald's karena yakin akan rasanya.					
2.	Saya membeli produk McDonald's karena yakin atas produknya.					
3.	Saya membeli produk Mcdonald's karena yakin akankualitas produk yang diberikan.					
Kecepatan membeli terhadap produk						
1.	Saya membeli produk Mcdonald's karena berburudiskon.					
2.	Saya membeli produk McDonald's karena ada produk yang minimal order.					
3.	Saya membeli produk Mcdonald karena keinginan produk makanan.					

Lampiran 2 Surat Perintah Revisi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

Nama dan NBI : Rossy Febriyanti 1121700048

Program Studi : Administrasi Niaga

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Sesuai instruksi penguji 1. Rumusan Masalah diperbaiki seperti saran 2. Menambah Landasan Teori 3. Menambah Tabulasi Data 4. Menambah Rekapitulasi Jawaban 5. Hipotesis diperbaiki seperti saran		

Setuju telah direvisi,
 Dosen Penguji,

Dr. Ayun Maduwiniarti, MP

Surabaya, 16 Juli 2021
 Dosen Penguji,

Dr. Ayun Maduwiniarti, MP



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

Nama dan NBI : Rossy Febriyanti 1121700048

Program Studi : Administrasi Niaga

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Sesuai instruksi penguji 1. Menambah Daftar Pustaka 2. Menambah Landasan Teori		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

DRS UTE CHAIRUZ M. NASUTION, MS

Surabaya, 16 Juli 2021
Dosen Penguji,

DRS UTE CHAIRUZ M. NASUTION, MS



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.

Gedung: F 101, Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)

Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

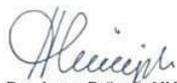
Nama dan NBI : Rossy Febriyanti 1121700048

Program Studi : Administrasi Niaga

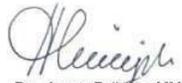
Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Sesuai instruksi penguji 1. Menambahkan Landasan Teori 2. Menambahkan Rekapitulasi Jawabab		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,


Drs. Agung Pujianto, MM

Surabaya, 16 Juli 2021
Dosen Penguji,


Drs. Agung Pujianto, MM

Lampiran 3 Hasil Turnitin

PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MCDONALD'S CABANG RUNGKUT SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

18%	8%	4%	16%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	13%
2	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	3%
3	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes Off Exclude matches < 2%
Exclude bibliography Off