

PENGARUH *PRICE PERCEPTION*, *BRAND IMAGE*, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MCDONALD'S DI KOTA SURABAYA TIMUR

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Niaga



Oleh :

ANANDA SALSABILLA PUTRI MAULYDIA

1122100064

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

PENGARUH *PRICE PERCEPTION*, *BRAND IMAGE*, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MCDONALD'S DI KOTA SURABAYA TIMUR

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Niaga**



Oleh :

ANANDA SALSABILLA PUTRI MAULYDIA

1122100064

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2025

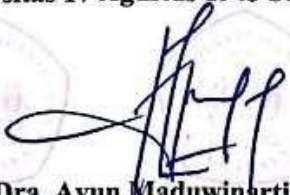
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI


Nama : Ananda Salsabilla Putri Maulydia
NIM : 1122100064
Judul Skripsi : Pengaruh *Price Perception*, *Brand image*, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian McDonald's di Kota Surabaya Timur.

Surabaya, 01 Juli 2025

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh:
Dosen Pembimbing 1


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120870103


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120870103

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada 19 Juni 2025

Dewan Penguji :

1. **Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.**
Ketua
2. **Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.**
Anggota
3. **Dra. Awin Mulyati, M.M.**
Anggota



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ananda Salsabilla Putri Maulydia
NBI : 1122100064
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Judul : Pengaruh *Price Perception*, *Brand image*, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian McDonald's di Kota Surabaya Timur.

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 01 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Ananda Salsabilla Putri Maulydia



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru no. 45 Surabaya
Tlp. 031-593-1800 (ext.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ananda Salsabilla Putri Maulydia
NBI : 1122100064
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh *Price Perception*, *Brand image*, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian McDonald’s di Kota Surabaya Timur”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 01 Juli 2025



menyatakan,

Ananda Salsabilla Putri Maulydia

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim. Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji syukur kuhaturkan atas limpahan rahmat, kasih, dan kekuatan-Nya, yang tak henti hadir di setiap detik perjuangan ini. Tanpa izin dan kehendak-Nya, aku hanyalah hamba yang rapuh dalam ketidaktahuan. Di tengah gelap, saat lelah menyapa, Dia-lah cahaya yang tak pernah padam, penuntun jiwa yang tak tahu arah. Ya Allah, hanya kepada-Mu semua harap kutambatkan, dan hanya karena-Mu karya ini bisa terwujud.

Untuk Ibu, madrasah pertama dan perempuan terhebat yang Allah kirimkan sebagai malaikat tanpa sayap dalam hidupku. Engkau adalah pelita saat dunia redup, pelukanmu adalah rumah tempat segala lelah luruh. Setiap doa yang tak pernah putus, setiap air mata yang kau sembunyikan di balik senyuman semuanya menjadi bahan bakar dalam langkahku. Terima kasih karena mencintaiku bahkan dalam diam, dengan cinta yang tidak pernah minta kembali. Semoga secuil pencapaian ini menjadi satu dari banyak alasan untuk melihatmu tersenyum bangga.

Untuk Ayah, cinta pertama ku. Lelaki tangguh yang jarang berkata namun cintanya terasa dalam diam yang hangat. Terima kasih karena selalu hadir, meski dalam bentuk yang sederhana. Terima kasih atas peluh yang tak pernah kau keluhkan, atas tanggung jawab yang selalu kau pikul demi memastikan langkahku tidak pernah berhenti. Ayah adalah alasan mengapa aku ingin menjadi seseorang yang kuat dan layak dibanggakan.

Untuk adik perempuan ku satu-satunya yang selalu menjadi pelipur lara dan sumber semangat. Tawa riangmu, perhatian kecilmu, dan caramu menyayangi dalam kesederhanaan telah menjadi pengingat tulus akan arti rumah dan keluarga. Kakak sangat bersyukur memilikimu terima kasih sudah menjadi cahaya kecil yang menerangi langkah ini. Semoga kelak kamu dapat menggapai masa depanmu dengan penuh keberanian, keyakinan, dan kebahagiaan yang tak terbatas.

Untuk teman-teman seperjuangan, yang hadir sebagai sandaran ketika langkah ini terasa berat. Terima kasih atas kebersamaan, tawa, bahu untuk bersandar, serta kata-kata penyemangat yang datang tepat saat dibutuhkan. Kalian adalah bagian dari mozaik indah dalam perjalanan ini. Terima kasih telah hadir, menemani proses yang penuh liku ini dengan ketulusan dan kehangatan.

Untuk diriku sendiri yang sering kali hampir menyerah, yang pernah merasa kecil dan ingin bersembunyi. Terima kasih karena tetap memilih bertahan. Terima kasih karena tidak pernah benar-benar berhenti walau sempat terpatahkan. Lihatlah, hari ini kamu berhasil. Ini adalah bukti bahwa air mata, doa, dan perjuanganmu tidak sia-

sia. Bahwa luka-luka itu tidak mematikan, tapi justru menjadikanmu lebih utuh. Semoga ini bukan akhir, tapi awal dari babak yang lebih indah.

MOTTO

“Doa ibu seluas langit, aku hanya berlindung dibawahnya”

(Penulis)

“Kamu boleh khawatir menatap 5 tahun kedepan, tapi jangan lupa, mungkin kamu yang hari ini adalah yang kamu impikan 5 tahun lalu”

(Penulis)

“Melamban bukanlah hal yang tabu, Kadang itu yang kau butuh, Bersandar hancurkan bebanmu, Tak perlu kau berhenti kurasi, Ini hanya sementara, Bukan ujung dari rencana, Jalanmu kan sepanjang niatmu, Simpan tegar dalam hati”

(Perunggu-33x)

“Masa depan kadang menakutkan, Penuh dengan ketidakpastian, Lebih mudah jika tak dipikirkan, Kita bisa membuat rencana, Untuk sekian tahun ke depan, Tapi percuma jika selesai di tengah jalan”

(The Adams-Timur)

ABSTRAK

Pertumbuhan industri makanan cepat saji di kawasan urban seperti Surabaya Timur menunjukkan tren yang kompetitif, ditandai dengan meningkatnya preferensi konsumen terhadap merek global seperti McDonald's. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan rasa dan kecepatan layanan, tetapi juga memperhatikan *price perception*, *brand image*, dan *store atmosphere* dalam proses pengambilan keputusan pembelian. McDonald's sebagai salah satu pemimpin pasar dituntut untuk menjaga persepsi positif terhadap ketiga aspek tersebut guna mempertahankan loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *price perception*, *brand image*, dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian produk McDonald's di Kota Surabaya Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen McDonald's. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Di antara ketiganya, *price perception* menunjukkan pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian, diikuti oleh *brand image* dan *store atmosphere*. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi penetapan harga yang kompetitif, penguatan citra merek yang konsisten, serta penciptaan suasana toko yang nyaman dan modern, termasuk penyediaan fasilitas pendukung seperti mushola. Penelitian ini juga membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengkaji variabel tambahan seperti *customer experience*, *digital marketing*, maupun faktor sosial budaya yang dapat memengaruhi perilaku konsumen di industri makanan cepat saji.

Kata kunci : *Price perception*, *brand image*, *store atmosphere*, keputusan pembelian, McDonald's.

ABSTRACT

The growth of the fast food industry in urban areas such as East Surabaya shows a competitive trend, characterized by increasing consumer preference for global brands such as McDonald's. Today's consumers not only consider the taste and speed of service, but also pay attention to price perception, brand image, and store atmosphere in the purchase decision-making process. McDonald's as one of the market leaders is required to maintain a positive perception of these three aspects in order to maintain consumer loyalty. This study aims to determine the influence of price perception, brand image, and store atmosphere on the purchase decision of McDonald's products in East Surabaya City. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to 100 respondents who are McDonald's consumers. The results of the study show that these three variables have a significant effect on purchasing decisions, both partially and simultaneously. Among the three, price perception showed the most dominant influence on purchase decisions, followed by brand image and store atmosphere. These findings confirm the importance of competitive pricing strategies, consistent brand image strengthening, and the creation of a comfortable and modern store atmosphere, including the provision of supporting facilities such as prayer rooms. This research also opens up opportunities for further research to examine additional variables such as customer experience, digital marketing, and socio-cultural factors that can influence consumer behavior in the fast food industry.

Keywords : *Price perception, brand image, store atmosphere, results purchases, McDonald's.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Peneliti bersyukur karena telah dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Price perception*, *Brand image*, dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian McDonald’s di Kota Surabaya Timur”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kendala dan tantangan. Namun, berkat pertolongan Allah SWT, semua hambatan tersebut dapat dilalui. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan selama penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih secara khusus peneliti sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, M.M, CMA., CPA. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sekaligus dosen pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sekaligus dosen pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Dra. Diana Juni Mulyati, M.M, selaku dosen pembimbing II yang telah dengan sabar membimbing, memberi masukan, serta semangat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu berbagai urusan administrasi selama masa studi.
6. Ibu dari penulis, Ibu Nurhayati. Madrasah pertama ku, sosok yang rela menukar mimpinya demi melihat anaknya berjalan lebih jauh. Yang lelahnya disimpan sendiri, tangisnya ditelan malam, dan doanya tak pernah putus meski tak terdengar. Tanpa dirinya, langkah ini mungkin tak pernah

sampai. Segala pencapaian ini adalah cermin kecil dari cinta dan pengorbanannya yang tak terhingga.

7. Untuk ayah penulis, Bapak Chanafi Sabirin. Sosok cinta pertamaku, lelaki tangguh yang diamnya penuh makna. Yang kasih sayangnya tak pernah banyak kata, tapi selalu terasa dalam tiap langkah. Terima kasih atas kerja keras, perlindungan, dan cinta dalam senyap yang tak pernah lelah menguatkan.
8. Adik perempuan penulis satu-satunya, Lintang Nur Putri Maulydia, sumber semangat dan pelipur lara di kala lelah, penghibur di tengah sunyi. Terima kasih telah menjadi cahaya kecil yang menenangkan. Semoga langkahmu selalu dipenuhi kebahagiaan, kekuatan, dan masa depan yang lebih baik.
9. Teman seperjuangan : Cindy Novianty, Riris Verdina, dan Sunarti. Terima kasih telah menjadi pelita di saat gelap, bahu saat langkahku goyah, dan rumah saat dunia terasa asing. Bersama kalian, aku belajar bahwa perjuangan tak harus dijalani sendiri. Terima kasih atas kehadiran yang tulus dan tak tergantikan.
10. Untuk Canrika Kirana dan Nur Huda Fadila. Terima kasih telah menjadi tempat pulang di segala keadaan. selalu hadir dalam setiap langkah, dalam suka maupun duka, disetiap jatuh, dan setiap bangkitku. Terima kasih karena selalu ada, bahkan di saat aku sendiri pun tak tahu harus berpaling ke mana.
11. Untuk Adira Nanthalia, Aprilia Swastika D, Marsha Aulia Azmi Nazhifah, dan Lisa Mustika Sari. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan panjang ini, sejak bangku SMP hingga hari ini. Terima kasih atas setiap tawa, dukungan, dan pelukan hangat di saat-saat sulit. Kalian bukan sekadar teman lama, tapi rumah yang selalu bisa aku datangi kapan pun dunia terasa berat.
12. Untuk Inge Dyah Palupi dan Intanniarta Hendrakusuma. Terima kasih atas tawa, cerita, dan pengalaman seru yang menghiasi masa-masa akhir perkuliahan. Bersama kalian, segala hal terasa lebih ringan dan bermakna. Terima kasih karena tetap saling menguatkan, saling mendukung, dan hadir dengan ketulusan yang tak tergantikan.
13. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini.
14. Untuk setiap jiwa yang pernah hadir dalam hidup ku, baik yang masih bertahan maupun yang telah pergi. Terima kasih atas waktu, kisah, dan pelajaran berharga yang kalian berikan. Meski sesaat, kehadiran kalian telah

membentuk cara pandangku, menguatkan langkahku, dan meninggalkan jejak yang tak mudah hilang.

15. Dan yang terakhir, untuk diriku sendiri yang sering kali merasa kecil, tertinggal, dan nyaris menyerah. Terima kasih karena tetap memilih bertahan, meski dunia terasa berat. Terima kasih telah terus melangkah, walau dengan langkah yang gemetar. Hari ini, kamu berhasil... dan itu sudah lebih dari cukup.

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penelitian	12
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori.....	22
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	22
2.2.2 Marketing Mix (Bauran Pemasaran).....	25

2.2.3. Perilaku Konsumen	50
2.3 Konseptualisasi	56
2.4 Pola Hubungan Antar Variabel	59
2.4.1 Pengaruh Price perception Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
2.4.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	59
2.4.3. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	60
2.4.4 Pengaruh <i>Price perception, Brand Image, dan Store Atmospehe</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran.....	61
2.6 Hipotesis.....	61
BAB III.....	63
METODOLOGI PENELITIAN.....	63
3.1 Rancangan Penelitian	63
3.1.1 Metodologi Penelitian	63
3.1.2 Lokasi Penelitian	63
3.1.3 Waktu Penelitian	64
3.2 Populasi dan Sampel	64
3.2.1 Populasi	64
3.2.2 Sampel.....	64
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	65
3.3.1 Skala Pengukuran.....	65
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	67
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	68
3.4.1 Jenis Data	68
3.4.2. Sumber Data.....	68
3.5 Teknik Pengumpulan Data	68
3.6 Teknik Analisa Data.....	68
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	68
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	70

3.6.3 Uji Hipotesis.....	70
BAB IV.....	73
PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Penyajian Data	73
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	73
4.1.2 Karakteristik Responden	78
4.1.3 Tabulasi Data.....	80
4.2 Analisis Data	105
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	106
4.2.2 Analisis Regresi Berganda	113
4.2.3 Uji Hipotesis.....	115
4.2.4. Uji Koefisien Determinasi R^2	119
4.3 Pembahasan.....	120
4.3.1 Pengaruh <i>price perception</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk McDonald's di Kota Surabaya Timur.....	121
4.3.2 Pengaruh <i>brand image</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk McDonald's di Kota Surabaya Timur.	122
4.3.3 Pengaruh <i>store atmosphere</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk McDonald's di Kota Surabaya Timur.....	125
4.3.4 Pengaruh <i>price perception</i> (X1), <i>brand image</i> (X2), dan <i>store atmosphere</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk McDonald's di Kota Surabaya Timur.	127
BAB V.....	131
PENUTUP.....	131
5.1 Kesimpulan	131
5.2 Rekomendasi	132
DAFTAR PUSTAKA.....	135
DAFTAR LAMPIRAN.....	137

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2. 2 Konseptualisasi	56
Tabel 3. 1 Skala Inert	65
Tabel 3. 1 Skala Inert	65
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	61
Tabel 4. 1 Daftar Menu McDonald's	77
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	79
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intesitas Pembelian	80
Tabel 4. 6 Uji Validitas	82
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas	83
Tabel 4. 8 Hasil Tabulasi Variabel Price Perception (X1).....	83
Tabel 4. 9 Hasil Tabulasi Variabel Brand Image (X2).....	86
Tabel 4. 10 Hasil Tabulasi Variabel Store Atmosphere (X3)	89
Tabel 4. 11 Hasil Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	92
Tabel 4. 12 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Price Perception (X1)	96
Tabel 4. 13 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Brand Image (X2).....	98
Tabel 4. 14 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Store Atmosphere (X3).....	101
Tabel 4. 15 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	104
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas	109
Tabel 4. 17 Uji Linearitas price perception.....	110
Tabel 4. 18 Uji Linearitas Brand image	110
Tabel 4. 19 Uji Linearitas store atmosphere.....	111
Tabel 4. 20 Uji Multikolinearitas	112
Tabel 4. 21 Analisis Regresi Berganda	114
Tabel 4. 22 Uji t	116
Tabel 4. 23 Uji F	119
Tabel 4. 24 Uji Koefisien Determinasi R ²	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Intensitas Konsumsi Makanan Cepat Saji Dalam Sepekan 2023	1
Gambar 1. 2 Top 5 Restoran Cepat Saji Terfavorit Masyarakat Indonesia.....	3
Gambar 1. 3 KFC Vs McD.....	4
Gambar 1. 4 Kemasan Lama VS Kemasan Baru McDonald's	6
Gambar 1. 5 Isu Boikot Terkait McDonald's	7
Gambar 1. 6 Design Exterior McDonald's Mulyosari	10
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	61
Gambar 4. 1 Gerai McDonald's.....	74
Gambar 4. 2 Menu Paket McDonald's.....	75
Gambar 4. 3 Menu Kolaborasi McDonald's	76
Gambar 4. 4 Histogram Uji Normalitas	107
Gambar 4. 5 P-Plots Uji Normalitas.....	108
Gambar 4. 6 Uji Heteroskedastisitas	113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	139
Lampiran 2 Uji Validitas.....	150
Lampiran 3 Uji Reliabilitas.....	151
Lampiran 4 Kartu Bimbingan	152
Lampiran 5 Surat Bebas Lab.....	154
Lampiran 6 Surat Keterangan Lolos Turnitin	155
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	156
Lampiran 8 Lembar Revisi Penguji 1	157
Lampiran 9 Lembar Revisi Penguji 2	158
Lampiran 10 Lembar Revisi Penguji 3	159