

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *PRICE DISCOUNT FRAMING*
TERHADAP MINAT BELI ULANG MCDONALD'S
DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

NUR ROCHMAH YULIANITA
20012010120/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2024

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *PRICE DISCOUNT FRAMING*
TERHADAP MINAT BELI ULANG MCDONALD'S**

DI SURABAYA

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

**NUR ROCHMAH YULIANITA
20012010120/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *PRICE DISCOUNT FRAMING*
TERHADAP MINAT BELI ULANG MCDONALD'S
DI SURABAYA**


Disusun Oleh :

NUR ROCHMAH YULIANITA
20012010120 / FEB / EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 13 September 2024**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003


Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M
NIP. 196310091991032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Rochmah Yulianita
NPM : 20012010120
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek dan *Price Discount Framing*
terhadap Minat Beli Ulang McDonald's di Surabaya

dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur

Surabaya, 13 September 2024

Yang Menyatakan



(Nur Rochmah Yulianita)
NPM. 20012010120

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyusun Usulan Penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan *Price Discount Framing* terhadap minat beli ulang McDonald’s Di Surabaya.”**

Tujuan penyusunan usulan penelitian adalah sebagai untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen program studi manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penyusunan Usulan Penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dan bimbingan baik pemikiran, kritik, dan saran serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada

1. Bapak Prof. Dr. Akhmad Fauzi, M.T selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi.

5. Seluruh Dosen Pengajar yang telah memberikan banyak pembekalan ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Mama penulis yang selalu mendampingi dan memberikan dukungan dan doa kepada penulis dalam proses penyusunan Skripsi ini.
7. Retno, Bella, Illona, Nadhiya, dan Nisa yang selalu memberikan bantuan, motivasi, dan mendampingi penulis dalam proses penyusunan Skripsi hingga dapat terselesaikan.
8. Seilla, Tata, Dinda dan Vira yang selalu memberikan bantuan serta semangat selama penulis menjalani penelitian ini.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah mendukung dan memberikan arahan dalam proses penyusunan Proposal Skripsi ini.

Pada akhir kata, semoga Usulan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi semua pihak.

Surabaya, 8 Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan.....	12
1.4 Manfaat.....	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Merek.....	18
2.2.1.1 Citra Merek	19
2.2.1.2 Indikator Citra Merek.....	20

2.2.2 <i>Price Discount Framing</i>	21
2.2.2.1 Efek <i>Price Discount Framing</i>	23
2.2.2.2 Indikator <i>Price Discount Framing</i>	23
2.2.3 Minat Beli Ulang	25
2.2.3.1 Faktor Minat Beli Ulang	26
2.2.3.2 Indikator Minat Beli Ulang	28
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	29
2.3.1 Hubungan Citra Merek dengan Minat Beli Ulang.....	29
2.3.2 Hubungan <i>Price Discount Framing</i> dengan Minat Beli Ulang.....	30
2.4 Kerangka Konseptual	32
2.5 Hipotesis Penelitian	32
BAB III.....	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.1.1 Definisi Operasional	33
3.1.2 Pengukuran Variabel	37
3.2 Teknik Penentuan Sampel	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39

3.3.1 Jenis Data.....	39
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4 Uji Validitas dan Realibilitas.....	39
3.4.1 Uji Validitas.....	40
3.4.2 Uji Realibilitas.....	40
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	41
3.5.1 Teknik Analisis Data	41
3.5.2 Cara Kerja PLS	42
3.5.3 Model Spesifikasi Smart PLS.....	43
3.5.4 Langkah-Langkah SmartPLS.....	46
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	51
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	51
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	52
4.2.2 Deskripsi Variabel	53
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Citra Merek (X1).....	53

4.2.2.2 Deskripsi Variabel <i>Price Discount Framing</i>	55
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang.....	56
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data.....	58
4.3.1 Evaluasi Outline.....	58
4.3.2 Interpretasi Hasil Olah Data PLS	60
4.3.2.1 Outer Loading (Pengujian Model Pengukur).....	60
4.3.2.2 Gambar Outer Model	67
4.3.2.3 Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	67
4.3.2.4 Pengujian Hipotesis.....	68
4.3.2.1 Gambar Inner Model	70
4.4 Pembahasan	70
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang	70
4.4.2 Pengaruh <i>Price Discount Framing</i> terhadap Minat Beli Ulang	72
BAB V.....	73
KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: <i>Market Share</i>	4
Tabel 1.2: <i>Top Brand Indeks</i>	4
Tabel 3.1: Ketentuan Uji Validitas dan Reliabilitas	44
Tabel 4.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.3: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.4: Frekuensi Jawaban Variabel Citra Merek.....	53
Tabel 4.5: Frekuensi Jawaban Variabel <i>Price Discount Framing</i>	55
Tabel 4.6: Frekuensi Jawaban Variabel Minat Beli Ulang	56
Tabel 4.7: Outlier Data.....	59
Tabel 4.8: Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	61
Tabel 4.9: Cross Loadings	63
Tabel 4.10: Average Variance Extracted (AVE)	64
Tabel 4.11: Composite Reliability	65
Tabel 4.12: Latent Variable Correlations.....	66
Tabel 4.13: R-Square	68
Tabel 4.14: Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komentar Masyarakat pada McDonald's.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 3.1 Diagram Jalur	46
Gambar 4.1 Logo McDonald's	49
Gambar 4.2 Outer Model	67
Gambar 4.3 Inner Model.....	70

PENGARUH CITRA MEREK DAN *PRICE DISCOUNT FRAMING*
TERHADAP MINAT BELI ULANG MCDONALD'S
DI SURABAYA

OLEH:

NUR ROCHMAH YULIANITA
20012010120/FEB/EM

ABSTRAK

Perkembangan dan kemajuan zaman di dunia berjalan begitu cepat, diiringi perkembangan teknologi yang sangat canggih, dan kebutuhan manusia akan pangan terus bertambah. Munculnya industri *fast food* cukup berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari menjadikan banyak permintaan akan *fast food*. Hal tersebut menjadi peluang sekaligus tantangan bagi perusahaan *fast food*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek (X1), dan *Price Discount Framing* (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y) McDonald's di Surabaya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang telah memenuhi kriteria sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dan mengonsumsi McDonald's di Surabaya. Pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan kriteria membeli dan mengonsumsi McDonald's lebih dari 1 kali, berdomisili di Surabaya, dan berusia minimal 17 tahun. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SEM-PLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang McDonald's di Surabaya dan *Price Discount Framing* tidak berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang McDonald's di Surabaya.

Kata Kunci: Citra Merek; Minat Beli Ulang; *Price Discount Framing*.