

SKRIPSI

**KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN SEBAGAI PREDIKTOR
TERHADAP INTENSI UNTUK MEMBELI PADA
PELANGGAN RESTORAN CEPAT SAJI *MCDONALDS* DI
JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : FELITA BUDIMAN

NIM : 115150297

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

JAKARTA

2019

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : FELITA BUDIMAN
NIM : 115150297
PROGRAM/ JURUSAN : S1/ MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP INTENSI
UNTUK MEMBELI PADA PELANGGAN
RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALDS DI
JAKARTA.

Jakarta, 26 Maret 2019

Pembimbing



(Lerbin R. Aritonang R.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : FELITA BUDIMAN
NIM : 115150297
PROGRAM/ JURUSAN : S1/ MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP INTENSI
UNTUK MEMBELI PADA PELANGGAN
RESTORAN CEPAT SAJI MCDONALDS DI
JAKARTA.

TANGGAL: 26 Maret 2019, Ketua Penguji :



(Andi Wijaya S.E., M.M.)

TANGGAL: 26 Maret 2019, Pembimbing :



(Lerbin R. Aritonang R.)

TANGGAL: 26 Maret 2019, Anggota Penguji :



(Ida Puspitowati S.E., M.M.)

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji secara empiris fungsi kepercayaan dan kepuasan sebagai prediktor terhadap intensi untuk membeli di restoran cepat saji McDonalds di wilayah Jakarta. Data diperoleh dari kuesioner yang disebar *google forms*. Berdasarkan kuesioner tersebut didapat 119 responden, 7 responden dieliminasi karena tidak memenuhi kriteria penelitian dan 112 responden digunakan pada penelitian ini, jumlah tersebut sesuai dengan syarat minimum yang ditentukan. Dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Versi 22, teruji secara empiris bahwa kepercayaan dan kepuasan merupakan prediktor yang positif dan tergolong besar secara statistik dalam memprediksi intensi untuk membeli. Beberapa rekomendasi untuk penelitian disajikan berdasarkan kesimpulan dan saran mengenai hasil penelitian ini.

Kata kunci: Kepercayaan, Kepuasan dan Intensi untuk Membeli

Abstract:

This study is intended to test empirically the function of trust and satisfaction as a predictor of purchase intention in fast food restaurant McDonalds in the Jakarta area. Data were collected from questionnaires distributed through google forms. Based on the questionnaire collected 119 respondents, 7 respondents were eliminated because they are not included in the criteria and 112 respondents used in this study, the number is in accordance with the minimum requirements. With IBM SPSS Version 22, empirically tested that trust and satisfaction are positive and it's statistically large for predict the purchase intention. Several recommendations for research are presented based on conclusions and suggestions on the results of this study.

Keywords: *Customer Loyalty, Trust, and Purchase Intention.*