

**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



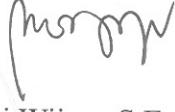
(Lerbin R. Aritonang R.)

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.

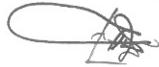
TANGGAL: 26 Maret 2019, Ketua Pengaji :

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

TANGGAL: 26 Maret 2019, Pembimbing :

  
(Lerbin R. Aritonang R.)

TANGGAL: 26 Maret 2019, Anggota Pengaji :

  
(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.