

ABSTRAK

Judul : Pengaruh *Brand Identity* Terhadap Minat Beli Makanan Cepat Saji Di Mc Donald's Bintaro Jaya (Studi Pada Masyarakat Yang Pernah Berolahraga Di *Jogging Track* Dan Jalur Sepeda Jalan Boulevard Bintaro Jaya)

Nama : Magfira Jannah Hiyati

Program Studi : Komunikasi Pemasaran

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur nilai *brand identity* Mc Donald's Bintaro Jaya dan mengetahui minat beli makanan cepat saji di Mc Donald's Bintaro Jaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan deskriptif korelasional, yaitu menguraikan hubungan antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Dalam menentukan jumlah sampel yang diteliti, penelitian ini menggunakan rancangan sampel non probabilitas (*nonprobability sampling*) dengan teknik sampling aksidental/insidental (*incidental/accidental sampling*) yaitu teknik menentukan sampel apabila bertemu populasi secara kebetulan dengan ketentuan responden yang dipilih sesuai dengan kriteria. Sehubungan dengan populasi masyarakat yang pernah berolahraga di *jogging track* dan jalur sepeda Jalan Boulevard Bintaro Jaya tidak diketahui jumlahnya, maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan ukuran sampel yaitu berjumlah 96 orang. Peneliti melakukan survey terhadap responden dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden, kemudian peneliti mengumpulkan data dan mengolahnya dengan uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi sederhana, koefisien dan korelasi. Hasil penelitian memperlihatkan jika instrument penelitian yang digunakan telah sesuai dan dapat digunakan dalam penelitian, serta nilai *brand identity* cukup tinggi, dan ada pengaruh yang nyata (signifikan) pada variabel X (*brand identity*) terhadap variabel Y (minat beli).

Kata Kunci : *Brand Identity*, Minat Beli, Makanan Cepat Saji, Mc Donald's