



**ANALISIS *BRAND IMAGE*, CITA RASA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI  
JANJI JIWA JAKARTA  
(STUDI PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN)**

**Muhammad Farhan Nurrachim**

**1910111199**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA**

**2022**



**ANALISIS *BRAND IMAGE*, CITA RASA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI  
JANJI JIWA JAKARTA  
(STUDI PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**Muhammad Farhan Nurrachim1910111199**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERANJAKARTA**

**2022**

# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Muhammad Farhan Nurrachim

NIM : 1910111199

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya akan bersedia dituntut untuk diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta 10 Desember 2022

Yang,

Menyatakan

  
METERAI  
TEMPEL  
E-200009155337

Muhammad Farhan Nurrachim

## PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Farhan Nurrachim  
NIM : 1910111199  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

### **ANALISIS BRAND IMAGE, CITA RASA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI JANJI JIWA JAKARTA (STUDI PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengahlimedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Jakarta, 06 Desember 2022

Yang menyatakan,



Muhammad Farhan Nurrachim

# HALAMAN PENGESAHAN

## SKRIPSI

**ANALISIS *BRAND IMAGE*, *CITA RASA* DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI JANJI  
JIWA JAKARTA  
(STUDI PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN)**

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**Muhammad Farhan Nurrachim 1910111199**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada Tanggal : 28 Desember 2022  
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si.**  
Ketua Penguji



**Diana Triwardhani, S.E., M.M., Ph.D.**  
Penguji I



**Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Dianwicaksh Anestiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS**  
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



**Siti Hidayati, S.E., M.M.**  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 28 Desember 2022

***ANALYSIS OF BRAND IMAGE, TASTE AND PRODUCT  
QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF JAKARTA JIWA  
COFFEE  
(STUDY ON STUDENTS IN SOUTH JAKARTA)***

**By Muhammad Farhan Nurrachim**

***ABSTRACT***

*This type of research conducted by researchers is a quantitative study that aims to determine Brand Image Analysis, Taste and Product Quality on Customer Satisfaction. This study used a sample of 100 respondents from a student population in South Jakarta who had made at least two purchases at Kopi Janji Jiwa. The sampling technique uses non-probability sampling using purposive sampling. The data collection carried out in this study used an online questionnaire using the Google Form which was then distributed via the LINE, Whatsaap, Instagram and Chat applications personally to respondents who met the criteria. This study uses the PLS (Partial Least Square) analysis technique with the SmartPLS 4.0 application. The results obtained from this study are: (1) Brand Image variable has a positive and significant effect on customer satisfaction with an original sample value of 0.253. (2) Taste variable has a positive and significant effect on customer satisfaction with an original sample value of 0.363. (3) Product Quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction with an original sample value of 0.366.*

***Keywords :*** Brand Image, Taste, Product Quality, Customer Satisfaction.

**ANALISIS *BRAND IMAGE*, CITA RASA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI  
JANJI JIWA JAKARTA  
(STUDI PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN)**

**Oleh Muhammad Farhan Nurrachim**

**ABSTRAK**

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui Analisis *Brand Image*, Cita Rasa dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dari populasi mahasiswa di Jakarta Selatan yang pernah melakukan pembelian di Kopi Janji Jiwa minimal dua kali pembelian. Teknik pengambilan memakai non probability sampling dengan menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan kuesioner secara online menggunakan Google Form yang kemudian disebar melalui aplikasi LINE, Whatsaap, Instagram dan Chat secara personal kepada responden yang memenuhi syarat kriteria. Penelitian ini menggunakan Teknik analisis PLS (Partial Least Square) dengan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu : (1) Variabel Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai *original sample* 0.253.

(2) Variabel Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai *original sample* 0.363. (3) Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai *original sample* 0.366.

**Kata Kunci :** *Brand Image*, Cita Rasa, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

# BERITA ACARA UJIAN



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Rabu , tanggal 28 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Muhammad Farhan Nurrachim

No.Pokok Mahasiswa : 1910111199

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisis Brand Image Cita Rasa dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Janji Jiwa (Studi Pada Mahasiswa di Jakarta Selatan)

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / Tidak Lulus \*)

#### Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Ketua	1. ....
2	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Anggota I	2. ....
3	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Anggota II **)	3. ....

#### Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 28 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprosdi. Manajemen S.

Siti Hidayati, SE, MM.



## PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, Bahagia, dan umur yang panjang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Analisis *Brand Image*, Cita rasa dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Janji Jiwa Jakarta (Studi Pada Mahasiswa Jakarta Selatan)**”.

Penulis menyampaikan Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSR. selaku Dekan FEB, dan Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Bapak Dr. Prasetyo Hadi, SE,MM., CFMP selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan serta saran-saran yang sangat bermanfaat selama proses penelitian, juga kepada Ibu Siwi Nugraheni, SE, MM dan ibu Diana Tri Wardhani, SE,MM selaku dosen pembimbing akademik, dan juga dekan, rektor serta segenap dosen dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberi bantuan.

Disamping itu ucapan Terima Kasih juga disampaikan kepada orang tua terkasih Ayah Yusron Nurrachim dan Ibu Indrasari, serta saudara kandung yang sangat amat saya sayangi, cintai dan juga telah memberikan support yang luar biasa sehingga mendapatkan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima Kasih juga kepada yang selalu ada disamping saya membantu untuk menyelesaikan tugas skripsi ini yaitu kepada Carmelia Rezzahwa Kurniawati yang senantiasa selalu mendengar segala keluh kesah penulis dan Sahabat – sahabat tercinta penulis yang dengan sepenuh hati menemani, menyemangati, memberikan dukungan selama proses pengerjaan skripsi. Tak lupa juga penulis mengucapkan Terima Kasih kepada seluruh rekan di Jurusan S1 Manajemen yang telah menjadi keluarga bagi penulis selama menjalani perkuliahan di UPN “Veteran” Jakarta. Penulis mohon maaf atas segala kekeliruan yang sangat amat mungkin terjadi pada penulisan skripsi ini dan juga skripsi jauh dari kata sempurna. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan seluruh pembaca.

Jakarta, 30 September 2022

Muhammad Farhan Nurrachim

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	9
I.3 Tujuan Penelitian .....	9
I.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
II.1    Landasan Teori.....	11
II.1.1    Kepuasan Pelanggan .....	11
II.1.2    Kepuasan Pelanggan .....	12
II.1.3    Brand image .....	14
II.1.4    Cita Rasa .....	16
II.1.5    Kualitas Produk.....	17
II.2    Penelitian Terdahulu .....	20
II.3    Model Penelitian .....	27
II.4    Hipotesis .....	29

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
III.1    Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	30
III.1.1    Definisi Operasional.....	30
III.1.2    Pengukuran Variabel.....	30
III.2    Populasi dan Sampel .....	32
III.2.1    Populasi.....	32
III.2.2    Sampel.....	32
III.3    Metode Pengumpulan Data .....	33
III.3.1    Jenis Sumber Data.....	33
III.3.2    Pengumpulan Data .....	34
III.4    Teknis Analisis Data .....	35
III.4.1    Analisis Data Deskriptif.....	36
III.4.2    Teknik Analisis Data Inferensial.....	38
III.4.3    Uji Validitas .....	40
III.4.4    Uji Reliabilitas .....	41
III.4.5    Uji Hipotesis .....	42
III.4.6    Kerangka Model Penelitian.....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
IV.1    Deskripsi Objek Penelitian.....	45
IV.2    Deskripsi Data Penelitian.....	46
IV.2.1    Deskripsi Data Responden .....	46
IV.2.2    Analisis Data Deskriptif.....	50
IV.3    Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	55
IV.3.1    Model Pengukuran (Outer Model) .....	56
IV.3.1.1    Uji Validitas .....	57
IV.3.1.2    Uji Reliabilitas .....	63
IV.3.2    Model Struktural (Inner Model).....	65

IV.3.2.1 Uji R-Square ( $R^2$ ) .....	65
IV.3.2.2 Uji Q-Square ( $O^2$ ).....	66
IV.3.2.3 Uji t Statistik .....	67
IV.4 Pembahasan.....	69
IV.5 Keterbatasan Penelitian.....	74
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
V.1 Kesimpulan .....	75
V.2 Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>77</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Table 1. Jumlah Perguruan Tinggi Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta 2019-2021.....	2
Table 2. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	24
Table 3. Pengukuran Variabel.....	31
Table 4. Skala Likert.....	34
Table 5. Kisi-Kisi Instrumen.....	35
Table 6. Peringkat Jawaban Kusisioner.....	36
Table 7. Nilai Persentase Responden .....	37
Table 8. Interpretasi Nilai Indeks Responden .....	50
Table 9. Hasil Jawaban Responden Terhadap Brand Image.....	50
Table 10. Hasil Jawaban Responden Terhadap Cita Rasa .....	52
Table 11. Hasil Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk.....	53
Table 12. Hasil Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	54
Table 13. Outer Loading Kepuasan Pelanggan (Y).....	57
Table 14. Outer Loading Brand Image (X1).....	58
Table 15. Outer Loading Cita Rasa (X2) .....	59
Table 16. Outer Loading Kualitas Produk (X3).....	60
Table 17. Average Variand Exctracted (AVE) .....	61
Table 18. Cross Loading .....	62
Table 19. Composite Reliability .....	63
Table 20. Cronbach's Alpha .....	64
Table 21. R Square.....	66
Table 22. Uji T-Statistik.....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021) .....	3
Gambar 2. Grafik Jumlah Pencarian Kedai Kopi di Indonesia (2017-2022).....	4
Gambar 3. Top Brand Kategori Kedai Kopi Offline & Online (2020-2022) .....	5
Gambar 4. Keluhan Konsumen Janji Jiwa Di Tagar.id.....	6
Gambar 5. Kerangka Hipotesis .....	27
Gambar 6. Langkah-Langkah PLS.....	39
Gambar 7. Kerangka Diagram Jalur.....	44
Gambar 8. Logo Kopi Janji Jiwa .....	45
Gambar 9. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	47
Gambar 10. Karakteristik Responden Menurut Usia .....	47
Gambar 11. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan Perkuliahan .....	48
Gambar 12. Karakteristik Mahasiswa Aktif di Jakarta Selatan .....	49
Gambar 13. Karakteristik Responden Yang Sudah Pernah Melakukan Pembelian .....	49
Gambar 14. Outer Model SmartPLS .....	56
Gambar 15. Inner Model .....	69