



**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI
HARGA TERHADAP PEMBELIAN ULANG KOPI JANJI JIWA**

USULAN PENELITIAN

HANNA RUSNOVIA LUMBANTORUAN 1910111216

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2023



**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI
HARGA TERHADAP PEMBELIAN ULANG KOPI JANJI JIWA**

USULAN PENELITIAN

HANNA RUSNOVIA LUMBANTORUAN 1910111216

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Hanna Rusnovia

NIM : 1910111216

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

Jakarta, 23 Juni 2023
Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a circular postmark stamp. The stamp is from Indonesia and contains the text "KETERAI TEMPEL" and the number "156AKX549655424".

Hanna Rusnovia

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Hanna Rusnovia
NIM : 1910111216
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

**Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap
Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/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.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 23 Juni 2023

Yang menyatakan,



Hanna Rusnovia

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA
TERHADAP PEMBELIAN ULANG PRODUK KOPI JANJI JIWA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Hanna Rusnovia 1910111216

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 23 Juni 2023

dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



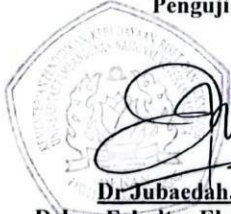

Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E, M.Si
Ketua Penguji




Suharyati, S.E, M.M
Penguji 1



Lina Aryani, S.E., M.M
Penguji 2 (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Siti Hidayati, SE, MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Juni 2023

The Influence Of Brand Image , Product Quality , and Price Perception to Repurchase Decision Janji Jiwa's Coffee

By Hanna Rusnovia

Abstract

As one of the agricultural countries, Indonesia is more lots rely on agriculture. One of the subsector to be rely on is the Coffee Sector. Coffee consumption in Indonesia is also increasing because supported by high coffee production . This is a Quantitative study aim for analyze influence of Brand Image, Product Quality, Price of Perception to Repurchase Decision Janji Jiwa's Coffee. Sample from this study is student Faculty of Economics and Business UPN Veteran Jakarta Class of 2019,2020,2021,2022 with amount sample as many as 100 people. The sampling technique was carried out with non-probability sampling with purposive sampling method. Data collection using a questionnaire and analysis done use application SmartPLS 3.0. Research results showing that : (1) Brand Image has No significant influential to Repurchase Decision of 0.301, (2) Product Qualityh has No significant influential to Repurchase Decision of 0.209, (3) price perception has aneffect positive and significant to Repurchase Decision of 0.375.

Keywords : Brand Image , Quality Product , Price Perception, Repurchase Decision, Janji Jiwa

Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa

Oleh Hanna Rusnovia

Abstrak

Sebagai salah satu negara agraris, Indonesia lebih banyak bertumpu pada pertaniannya. Salah satu subsektor yang menjadi tumpuan adalah Sektor Kopi. Konsumsi kopi di Indonesia juga meningkat karena didukung oleh produksi kopi yang tinggi. Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis adakah pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa. Sampel dari penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta Angkatan 2019,2020,2021,2022 dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner dan analisis dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) *Brand Image* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Ulang sebesar 0.301, (2) Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Ulang sebesar 0.209, (3) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Ulang sebesar 0.375.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Pembelian Ulang, Kopi Janji Jiwa



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

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2022/2023**

Hari ini Jumat , tanggal 23 Juni 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Hanna Rusnovia Sihombing**

No.Pokok Mahasiswa : **191011216**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Pembelian Ulang Produk Kopi Janji Jiwa

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus /-Tidak Lulus-*)**

Penguji

| No | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|---------------------------------------|----------------|--------------|
| 1 | Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si | Ketua | 1. |
| 2 | Suharyati, S.E., M.M | Anggota I | 2. |
| 3 | Lina Aryani, SE, MM | Anggota II **) | 3. |

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 23 Juni 2023

Mengesahkan

A.n DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang kopi Janji Jiwa”**. Laporan ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan tugas akhir (skripsi) jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta. Laporan ini tidak akan selesai tanpa orang-orang di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada Ibu Dr Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta, Bapak Dr Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM selaku Kepala Jurusan Manajemen, ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen UPN Veteran Jakarta. Selanjutnya peneliti mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada Ibu Lina Aryani, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang membantu peneliti pada penelitian ini.

Selain itu, izinkan penulis untuk menyampaikan ucapan mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Kedua orangtua dan keluarga tercinta yaitu Bapak Lamgok Toni Lumbantoruan dan Ibu Heppy Maida Malarosa Manalu serta saudara kandung penulis yang telah mendukung selama masa Pendidikan penulis hingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Fernando lelaki yang singgah tapi tak sungguh, terimakasih untuk kenangan dan waktu yang berlalu. Penulis banyak mendapatkan hikmat dan kebijaksanaan selama bersama dengan saudara. Penulis berharap saudara agar terus lancar dalam karir dan urusannya kedepan.
3. Rekan-rekan ‘Sukses Jaya’ terimakasih sudah menemani penulis Hanna Rusnovia, tipikal manusia individual. Tanpa rekan-rekan semua penulis akan menjalani semua ini sendirian. Terimakasih untuk suka dan dukanya. Berkat rekan-rekan semua Hanna masih bisa memiliki banyak kenangan disisa kehidupan kampus yang akan berakhir ini. Tidak sering bertemu tapi berharga. Dari hati yang paling dalam penulis dengan tulus berharap semua kebaikan kalian bisa terbalaskan dalam proses kehidupan kedepan baik dalam karir, romantisme, kesehatan, dan urusan kehidupan lain.

4. Diri sendiri, Hanna Rusnovia. Diusia 22 tahun ini penulis bisa menyelesaikan penelitian dan dalam proses mendapatkan gelar resmi. Banyak hal yang tidak sesuai dengan tujuan awal tapi penulis berhasil survive dan terus belajar. Penulis berharap bisa tetap melanjutkan pembelajaran kedepan setelah lulus dari UPN Veteran Jakarta. Mengharumkan nama UPN Veteran Jakarta dan menjadi berkat bagi banyak orang.

Jakarta, 22 Juli 2023

Hanna Rusnovia

DAFTAR ISI

| | |
|---|----|
| PRAKATA..... | 9 |
| DAFTAR ISI..... | 11 |
| DAFTAR TABEL..... | 13 |
| DAFTAR GAMBAR..... | 14 |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| I.1 Latar Belakang..... | 1 |
| I.2 Rumusan Masalah..... | 7 |
| I.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| I.4 Manfaat Hasil Penelitian..... | 8 |
| BAB II..... | 9 |
| TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| II.1 Landasan Teori..... | 9 |
| II.1.1 Manajemen Pemasaran..... | 9 |
| II.1.2 Keputusan Pembelian Ulang..... | 9 |
| II.1.3 Brand Image..... | 11 |
| II.1.4 Kualitas Produk..... | 12 |
| II.1.5 Persepsi Harga..... | 13 |
| II.2 Penelitian Sebelumnya..... | 14 |
| II.3 Model Penelitian..... | 15 |
| II.3.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Pembelian Ulang..... | 19 |
| II.3.2 Hubungan Persepsi Harga terhadap Pembelian Ulang..... | 19 |
| II.3.3 Hipotesis..... | 20 |
| BAB III..... | 22 |
| METODE PENELITIAN..... | 22 |
| III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 22 |
| III.2 Definisi Operasional..... | 23 |
| III.3 Populasi dan Sampel..... | 23 |
| III.4 Populasi Sampel..... | 23 |

| | |
|---|----|
| III.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 25 |
| III.5.1 Jenis Data..... | 25 |
| III.5.2 Sumber Data..... | 25 |
| III.5.3 Pengumpulan Data..... | 25 |
| III.6 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis..... | 26 |
| III.6.1 Teknik Analisis Data Deskriptif..... | 26 |
| III.6.2 Teknik Analisis Data Inferensial..... | 28 |
| III.6.3 Uji Validitas..... | 31 |
| III.6.4 Uji Reliabilitas..... | 31 |
| III.6.5 Uji Hipotesis..... | 31 |
| BAB IV..... | 34 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 34 |
| IV.1 Deskripsi Objek Penelitian Hasil..... | 36 |
| IV.2 Deskripsi Data Penelitian..... | 36 |
| IV.3 Analisis Data dan Uji Hipotesis..... | 38 |
| IV.3.1 Analisis Data Deskriptif..... | 38 |
| IV.3.2 Analisis Inferensial..... | 43 |
| IV.3.2.1 Model Pengukuran (Outer Model)..... | 43 |
| IV.3.2.2 Uji Validitas..... | 43 |
| IV.3.2.3 Uji Reliabilitas..... | 48 |
| IV.3.3 Model Struktural (Inner Model)..... | 49 |
| IV.3.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R-Square)..... | 50 |
| IV.3.3.2 Uji Q-Square..... | 50 |
| IV.3.3.3 Uji Hipotesis..... | 51 |
| IV.4 Pembahasan..... | 52 |
| IV.4.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Pembelian Ulang..... | 53 |
| IV.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang..... | 53 |
| IV.4.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang..... | 53 |
| IV.4.4 Keterbatasan Penelitian..... | 55 |
| BAB V..... | 57 |
| SIMPULAN DAN SARAN..... | 57 |
| V.1 Simpulan..... | 57 |

| | |
|---------------------|----|
| V.2 Saran..... | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 65 |
| LAMPIRAN..... | 68 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Peringkat Top Brand Index Kategori Kedai Kopi..... | 4 |
| Tabel 2. Daftar Minuman Janji Jiwa..... | 6 |
| Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya terkait Pembelian berulang..... | 18 |
| Tabel 4. Pengukuran Variabel..... | 23 |
| Tabel 5. Skala Likert..... | 23 |
| Tabel 6. Skala Likert..... | 23 |
| Tabel 7. Kisi-Kisi Instrumen..... | 23 |
| Tabel 8. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert..... | 26 |
| Tabel 9. Nilai Presentase Responden..... | 26 |
| Tabel 10. Kategori Realitas Nilai Alpha..... | 27 |
| Tabel 11. Interpretasi Nilai Indeks..... | 27 |
| Tabel 12. Hasil Indeks Jawaban Responden Terhadap Pembelian Ulang..... | 31 |
| Tabel 13. Hasil Indeks Jawaban Responden Terhadap Brand Image (X1)..... | 39 |
| Tabel 14. Hasil Indeks Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk (X2)..... | 41 |
| Tabel 15. Hasil Indeks Jawaban Responden Terhadap Persepsi Harga (X3)..... | 42 |
| Tabel 16. Hasil Nilai Cross Loading..... | 47 |
| Tabel 17. Hasil Nilai Average Variance Extracted..... | 48 |
| Tabel 18. Hasil Nilai Composite Reliability (CR)..... | 48 |
| Tabel 19. Hasil Nilai Cronbach's Alpha..... | 49 |
| Tabel 20. Hasil R-Square dan Adjusted R-Square..... | 50 |
| Tabel 21. Hasil Q-Square..... | 50 |
| Tabel 22. Uji t Statistic..... | 51 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Persentase Konsumsi Kopi Tertinggi di Dunia..... | 1 |
| Gambar 2. Produksi kopi di Indonesia..... | 2 |
| Gambar 3. Hasil komparasi Brand..... | 4 |
| Gambar 4. Hasil Komparasi Brand..... | 4 |
| Gambar 5. Proses Pembelian..... | 10 |
| Gambar 6. Gambaran Model Penelitian..... | 19 |
| Gambar 7. Langkah Pengolahan PLS..... | 28 |
| Gambar 8. Inner Model..... | 29 |
| Gambar 9. Konstruk Diagram Jalur Sumber : Data Diolah..... | 30 |
| Gambar 10. Gambar Logo Janji Jiwa..... | 34 |
| Gambar 11. Quotes Kopi Janji Jiwa..... | 35 |
| Gambar 12. Quotes Kopi Janji Jiwa..... | 36 |
| Gambar 13. Gambar Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan..... | 36 |
| Gambar 14. Gambar Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi..... | 37 |
| Gambar 15. Gambar Karakteristik Responden Berdasarkan..... | 38 |
| Gambar 16. Nilai Loading Factor..... | 44 |
| Gambar 17. Inner Model..... | 52 |