



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOPI TUKU BEKASI**

SKRIPSI

JIEMY SHANDHIYAWAN SANTOSO 2010111234

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA
2024**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOPI TUKU BEKASI**

SKRIPSI

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

JIEMY SHANDHIYAWAN SANTOSO 2010111234

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Jiemy Shandhiyawan Santoso

NIM. : 2010111234

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

Jakarta, 27 - 9 2023
Yang menyatakan,



Jiemy Shandhiyawan Santoso

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

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

Nama : Jiemy Shandhiyawan Santoso
NIM : 2010111234
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
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:

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian
Pada Produk Kopi Tuku Bekasi**

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 : 4 Januari 2024

Yar.  terai

(Jiemy Shandhiyawan Santoso)

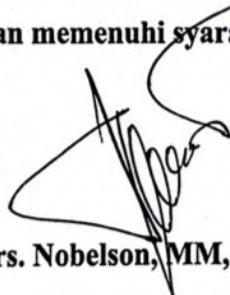
SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI TUKU BEKASI

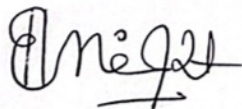
Dipersiapkan dan disusun oleh:

Jiemy Shandhiyawan Santoso 2010111234

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal: 4 Januari 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



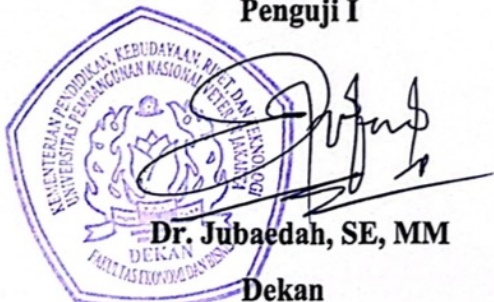
Drs. Nobelson, MM, CPM
Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, MM
Penguji I



Yulinia, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE, MM
Dekan



Siti Hidayati, SE, MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Januari 2024

***The Influence of Product Quality, Price, and Brand Image on
Purchasing Decisions of Tuku Coffee Products in Bekasi***

By Jiemy Shandhiyawan Santoso

Abstract

In this era, businesses have experienced rapid growth and undergone continuous transformation. One type of business that is currently popular in Indonesia is the coffee shop business. The aim of this research is to find out, prove and analyze whether product quality, price and brand image influence purchasing decisions. The population in this research is Kopi Tuku consumers who live in Bekasi. The sampling technique was purposive sampling. The sample used was 100 people. Using Partial Least Square (PLS) analysis techniques with SmartPLS 4.0 software. The results obtained show that product quality and brand image variables have a positive and significant influence on purchasing decisions, while price does not have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision*

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuku Bekasi

Oleh Jiemy Shandhiyawan Santoso

Abstrak

Dalam zaman ini, bisnis telah mengalami pertumbuhan yang cepat dan mengalami transformasi berkelanjutan. Salah satu jenis usaha yang sedang populer di Indonesia adalah bisnis kedai kopi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis apakah kualitas produk, harga, dan brand image berpengaruh dalam keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Tuku yang berdomisili di Bekasi. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*, Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Menggunakan teknik analisis Partial Least Square (PLS) dengan software SmartPLS 4.0. hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan brand image memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, *Brand Image*, Keputusan Pembelian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Kamis, 4 Januari 2024:

Nama : Jiemy Shandhiyawan Santoso
No.Pokok Mahasiswa : 2010111234
Program Studi : Manajemen S.1

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI TUKU BEKASI
dinyatakan **Lulus / ~~Tidak Lulus~~***)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, M.M, CPM	Ketua	1.
2	Dra. Heni Nastiti, M.M	Anggota I	2.
3	Yuliniar, SE, M.M	Anggota II**)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Januari 2024

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Penulis ingin mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas semua berkat dan anugerah-Nya yang memungkinkan penulis menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi berjudul "**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuku Bekasi**".

Peneliti juga ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penelitian ini. Kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I,MM selaku Ketua Jurusan Manajemen, Ibu Siti Hidayati, SE, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana, Ibu Dra. Dahlia Br. Pinem, MM, sebagai dosen pembimbing akademik, dan Ibu Yuliniar, SE, MM, sebagai dosen pembimbing, terima kasih atas bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga dalam menuntun penelitian ini hingga selesai.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada orang tua tercinta, Bapak Muljadi Santoso dan Ibu Witra Yulia Ofra Shinta atas doa, dukungan, dan motivasi yang tak henti-hentinya. Penghargaan juga disampaikan kepada teman-teman dekat, Alisha, Liana, Dini, Nanda, Jasmine, Bob, dan yang lainnya, yang telah memberikan bantuan dan semangat yang luar biasa selama proses penelitian ini. Terima kasih juga kepada semua pihak lain yang turut membantu, walaupun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti sadar bahwa penelitian ini masih memiliki ruang untuk perbaikan. Oleh karena itu, peneliti sangat menghargai kritik dan saran dari semua pihak. Harapannya, karya tulis ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca.

Jakarta, 4 Januari 2024

Jiemy Shandhiyawan Santoso

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Akademis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2. Perilaku Konsumen	13
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	14
2.1.4. Kualitas Produk	18
2.1.5. Harga	20
2.1.6. Brand Image	22

2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	25
2.3. Model Penelitian.....	31
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.3. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.2. Populasi dan Sampel.....	35
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1. Jenis Data	37
3.3.2. Sumber Data.....	37
3.3.3. Pengumpulan Data	37
3.4. Teknik Analisis Data.....	39
3.4.1. Analisis Deskriptif	39
3.4.2. Analisis Inferensial.....	41
3.4.3. Pengujian Hipotesis.....	47
BAB IV PEMBAHASAN.....	49
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.2. Deskripsi Data Penelitian	50
4.2.1. Deskripsi Data Responden	50
4.2.2. Analisis Data Deskriptif.....	57
4.3. Analisis Inferensial.....	63
4.3.1. Model Pengukuran (Outer Model).....	63
4.3.2. Model Struktural (Inner Model).....	70
4.4. Pembahasan	73
4.4.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuku	73
4.4.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuku	76

4.4.3. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuku	78
4.5. Keterbatasan Penelitian.....	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1. Simpulan	81
5.2. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
RIWAYAT HIDUP.....	87
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peringkat Indeks Merek Teratas dalam Kategori Kedai Kopi	4
Tabel 2. Menu Minuman Tuku di Indonesia.....	8
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya	28
Tabel 4. Oprasionalisasi Variabel Penelitian	35
Tabel 5. Skala Likert.....	38
Tabel 6. Kisi-Kisi Penelitian.....	38
Tabel 7. Peringkat Jawaban Kuesioner	40
Tabel 8. Nilai Intepretasi.....	41
Tabel 9. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 10. Kriteria Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 11. Kriteria Responden Berdasarkan Wilayah Domisili.....	52
Tabel 12. Kriteria Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	53
Tabel 13. Kriteria responden berdasarkan frekuensi pembelian.....	54
Tabel 14. Kriteria responden berdasarkan jenis minuman yang paling disukai (Kopi Tetangga).....	54
Tabel 15. Kriteria responden berdasarkan jenis minuman yang paling disukai (Kopi Premium).....	55
Tabel 16. Kriteria responden berdasarkan jenis minuman yang paling disukai (Ragam Rasa Tetangga)	56
Tabel 17. Indeks tanggapan responden terhadap keputusan pembelian	57
Tabel 18. Indeks tanggapan responden terhadap kualitas produk.....	59
Tabel 19. Indeks tanggapan responden terhadap harga	60
Tabel 20. Indeks tanggapan responden terhadap brand image	62
Tabel 21. Loading Factor	64
Tabel 22. Cross Loading	66
Tabel 23. Average Variance Extracted (AVE)	67
Tabel 24. Fornell Lacker Criterium	68
Tabel 25. Composite Reliability	69
Tabel 26. Cronbach's Alpha	70

Tabel 27. t statistic	72
Tabel 28. R Square	71
Tabel 29. Adjusted R Square	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 8 Negara dengan konsumsi kopi tertinggi di dunia.....	1
Gambar 2. 10 Provinsi Penghasil Kopi Terbesar di Indonesia	2
Gambar 3. Perkembangan Konsumsi Kopi di Indonesia	3
Gambar 4. Statistik perbandingan merek	4
Gambar 5. Statistik perbandingan merek	4
Gambar 6. Model Penelitian Empiris.....	32
Gambar 7. Inner Model	42
Gambar 8. Outer Model	43
Gambar 9. Konstruksi Diagram Jalur	44
Gambar 10. Logo Toko Kopi Tuku.....	49
Gambar 11. Diagram Jalur Outer Model.....	63
Gambar 12. Inner Model.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner	96
Lampiran 3. Deskripsi Data Responden.....	109
Lampiran 4. Hasil Output SmartPLS	113
Lampiran 5. Hasil Turnitin.....	118