



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
JANJI JIWA**

**SKRIPSI**

**FARHAN ANANDA – 2110111253**

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

**2024**



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
JANJI JIWA**

**SKRIPSI**

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

**FARHAN ANANDA – 2110111253**

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

**2024**

# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Farhan Ananda

NIM : 2110111253

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

Jakarta, 3 Oktober 2024

Yang menyatakan,



(Farhan Ananda)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIK**

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

Nama : Farhan Ananda  
Nim : 2110111253  
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 Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan  
Pembelian Pada 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 hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 18/12/2024

Yang Menyertakan,



Farhan Ananda

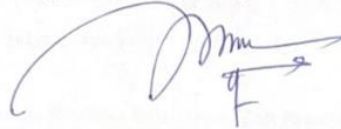
# LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JANJI  
JIWA

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*  
FARHAN ANANDA 2110111253

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 18 Desember 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si  
Ketua Penguji



Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M  
Penguji I



Dra. Anastasia Bernadin Dwi, M.M., CPM  
Penguji II (Pembimbing)



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



Siti Hidayati, S.E., M.M  
Ketua Program Studi S1 Manajemen

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 18 Desember 2024

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY, AND  
PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS AT JANJI  
JIWA**

**Farhan Ananda**

***Abstract***

*This study carries the title “The Effect of Brand Image, Service Quality, and Promotion on Purchasing Decisions at Janji Jiwa.” This study aims to identify, analyze, and prove the influence between brand image variables, service quality, and promotion on purchasing decision variables at Janji Jiwa partially. Research data were obtained from a population located in the DKI Jakarta area with a sample size of 156 respondents who were collected online via the Google Form platform. The sampling technique used was a non-probability sampling method with a purposive sampling approach. Data processing was carried out using quantitative descriptive analysis, which was further analyzed with the help of SmartPLS 4.0 software. Based on the results of the analysis, it was found that the brand image and promotion variables have a significant influence on purchasing decisions. However, the service quality variable does not have a significant influence on purchasing decisions on the Soul Promise.*

*Keywords: Brand Image, Promotion, Purchasing Decisions, Service Quality*

# **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JANJI JIWA**

**Farhan Ananda**

## **Abstrak**

Penelitian ini mengusung judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada Janji Jiwa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan membuktikan pengaruh antara variabel citra merek, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap variabel keputusan pembelian di Janji Jiwa secara parsial. Data penelitian diperoleh dari populasi yang berada di wilayah DKI Jakarta dengan jumlah sampel sebanyak 156 responden yang dikumpulkan secara online melalui platform Google Form. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yang selanjutnya dianalisis dengan bantuan *software* SmartPLS 4.0. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa variabel citra merek dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Janji Jiwa.

Kata Kunci: Citra Merek, Promosi, Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan

## PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Janji Hidup.” Proposal ini disusun sebagai bagian dari penelitian dan memenuhi persyaratan akademis dalam menyelesaikan program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Dalam proses penyusunan proposal skripsi ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penulis menyelesaikan proposal ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan apresiasi dan penghargaan kepada pihak-pihak yang berperan penting dalam mendukung proses penyusunan proposal ini, terutama kepada:

1. Allah swt. karena dengan karunia-Nya sehingga penulis senantiasa diberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM, CMA selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Dra. Anastasia Bernadin Dwi Mardiatmi, M.M., CPM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau untuk memberikan arahan, kritik, dan saran kepada penulis dalam proses penyusunan proposal ini.
6. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendoakan penulis dan memberi dukungan baik secara moral maupun materil.
7. Teman-teman disekitar penulis yang sudah menemani dan mendukung selama penyelesaian proposal ini.



8. Lola Petrina Andini yang sudah mendukung dan membantu penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Dalam penyusunan proposal ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat keterbatasan yang memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai segala masukan berupa kritik dan saran yang bersifat membangun yang dapat menunjang pengembangan diri penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap proposal ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi penulis sendiri tetapi juga bagi pembaca pada umumnya, serta menjadi landasan untuk pengembangan lebih lanjut di masa yang akan datang.

Jakarta, 28 September 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Farhan Ananda', written on a light-colored background.

(Farhan Ananda)

## DAFTAR ISI

PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan .....	12
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	13
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA .....	14
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	14
2.1.2 Citra Merek .....	15
2.1.3 Kualitas Pelayanan .....	17
2.1.4 Promosi .....	19
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Model Penelitian .....	33
2.3.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
2.3.2 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	34
2.3.3 Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.4 Hipotesis .....	35
BAB III .....	37
METODOLOGI .....	37
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	37
3.1.1 Definisi Operasional.....	37
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	38
3.2 Metode Pengambilan Sampel .....	39

3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	41
3.3.1 Jenis Data .....	41
3.3.3 Pengumpulan Data .....	41
3.4 Teknik Analisis Data.....	43
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	43
3.4.2 Analisis Data Inferensial .....	45
BAB IV .....	55
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	55
4.2 Deskripsi Data Analisis .....	56
4.2.1 Deskripsi Data Responden.....	56
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	60
4.3 Analisis Inferensial.....	64
4.3.1 Model Pengukuran (Outer Model) .....	64
4.3.2 Model Struktural (Inner Model) .....	69
4.3.3 Uji Hipotesis .....	70
4.3.4 Uji Korelasi Variabel Independen dan Dependen .....	73
4.4 Pembahasan .....	75
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	75
4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	76
4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	78
BAB V.....	80
PENUTUP .....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	80
5.3 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	82
DAFTAR LAMPIRAN.....	85

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Penelitian Terdahulu Terkait dengan Keputusan Pembelian .....	30
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 3. Skala Pengukuran Kuesioner .....	42
Tabel 4. Kisi-kisi Pertanyaan Dalam Kuesioner Penelitian .....	42
Tabel 5. Interpretasi dari nilai indeks .....	45
Tabel 6. Angka Indeks Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	60
Tabel 7. Angka Indeks Responden Variabel Citra Merek (X1).....	61
Tabel 8. Angka Indeks Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	62
Tabel 9. Angka Indeks Responden Variabel Promosi (X3) .....	63
Tabel 10. Hasil Output Outer Loadings Factor .....	65
Tabel 11. Average Variance Extracted (AVE) .....	66
Tabel 12. Cross Loading .....	66
Tabel 13. Cronbach's Alpha .....	68
Tabel 14. Composite Reliability .....	68
Tabel 15. Nilai R-Square.....	69
Tabel 16. Nilai Q-Square.....	70
Tabel 17. Path Coefficient.....	71
Tabel 18. Korelasi Variabel Independen dan Dependen .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton .....	2
Gambar 2. 7 Kedai Kopi Lokal Favorit Masyarakat Indonesia .....	4
Gambar 3. Komparasi Brand Top Award Brand .....	4
Gambar 4. Janji Jiwa dan Jiwa Toast Raih Top Brand Award 2022 .....	6
Gambar 5. Strategi Janji Jiwa Hadapi Sengitnya Persaingan Bisnis Kedai Kopi.....	8
Gambar 6. Ulasan mengenai citra merek janji jiwa .....	9
Gambar 7. Ulasan mengenai kualitas pelayanan janji jiwa .....	10
Gambar 8. Ulasan mengenai promosi janji jiwa .....	11
Gambar 9. Model Penelitian .....	33
Gambar 10. Tahapan Analisis Menggunakan PLS-SEM .....	46
Gambar 11. Inner Model Penelitian.....	47
Gambar 12. Outer Model Penelitian .....	48
Gambar 13. Diagram Jalur Penelitian.....	49
Gambar 14. Logo Janji Jiwa.....	55
Gambar 15. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	57
Gambar 16. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	57
Gambar 17. Karakteristik Responden Menurut Domisili .....	58
Gambar 18. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan saat ini .....	58
Gambar 19. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan/Uang Saku Perbulan...59	
Gambar 20. Karakteristik Responden Menurut Status Pembelian .....	59
Gambar 21. Hasil Pengujian Outer Model .....	64
Gambar 22. Hasil Pengujian Inner Model.....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian.....	85
Lampiran 2. Penelitian Terdahulu .....	90
Lampiran 3. Data 156 Responden.....	93
Lampiran 4. Deskripsi Data Responden.....	93
Lampiran 5. Analisis Deskriptif.....	95
Lampiran 6. Hasil Pengujian Outer Model .....	97
Lampiran 7. Uji Validitas Konvergen .....	97
Lampiran 8. Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity).....	98
Lampiran 9. Uji Reliabilitas .....	99
Lampiran 10. Model Struktural (Inner Model) .....	100
Lampiran 11. Uji Hipotesis .....	101