



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,  
DAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS PADA FORE COFFEE PONDOK LABU)**

**SKRIPSI**

**NAUFALDI ATHALLAH NASUTION 2110111228**

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

**2024**



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,  
DAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS PADA FORE COFFEE PONDOK LABU)**

**SKRIPSI**

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

**NAUFALDI ATHALLAH NASUTION 2110111228**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
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: Naufaldi Athallah Nasution

Nim: 2110111228

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,



Naufaldi Athallah Nasution

Naufaldi Athallah Nasution

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Naufaldi Athallah Nasution  
Nim : 2110111228  
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 *Brand Image*, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Fore Coffee Pondok Labu)**

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 : 3 Oktober 2024

Yang menyertakan,



Naufaldi Athallah Nasution

## SKRIPSI

### PENGARUH *BRAND IMAGE*, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA FORE COFFEE PONDOK LABU)

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

NAUFALDI ATHALLAH NASUTION 2110111228

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 19 Desember 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Drs. Nobelson, MM., CPM

Ketua Penguji



Dra. Pusporini, M.M

Penguji I



Dr. Maria Assumpta Wikantari, SS., MBA., CWM

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 : 19 Desember 2024

***The Influence of Brand Image, Price Perception, Product Quality  
and Service on Purchasing Decisions  
(Case Study on Fore Coffee Pondok Labu)***

***By: Naufaldi Athallah Nasution***

***ABSTRACT***

*This research utilizes quantitative methods to investigate, analyze, and validate how brand image, price perception, product quality, and service quality affect purchasing decisions at Fore Coffee Pondok Labu in South Jakarta. The study collects primary data through questionnaires distributed to 151 consumers of Fore Coffee in the Pondok Labu area. Data analysis is performed using both descriptive and inferential techniques with the SmartPLS 4.0 application to evaluate the impact of these variables on consumer purchasing decisions. This approach was chosen to provide a comprehensive understanding of the factors influencing consumers' choices regarding Fore Coffee products. The results from the t and p tests reveal that: 1) Brand Image has a significant effect on purchasing decisions, with a path coefficient of 0.441; 2) Price perception significantly influences purchasing decisions, with a path coefficient of 0.299; 3) Product quality has a notable impact on purchasing decisions, with a path coefficient of 0.152; and 4) Service quality significantly affects purchasing decisions, with a path coefficient of 0.283.*

*Keywords: Brand image, price perception, product quality, service quality*

**Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan  
Layanan Terhadap Keputusan Pembelian  
(Studi Kasus Pada Fore Coffee Pondok Labu)**

**Oleh: Naufaldi Athallah Nasution**

**ABSTRAK**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui, menganalisis, dan memvalidasi bagaimana citra merek, persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian di Fore Coffee Pondok Labu di Jakarta Selatan. Penelitian mengumpulkan data primer melalui kuesioner yang disebarakan kepada 151 konsumen Fore Coffee di kawasan Pondok Labu. Analisis data dilakukan dengan teknik deskriptif dan inferensial dengan aplikasi SmartPLS 4.0 untuk mengevaluasi pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan pemahaman menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen terhadap produk Fore Coffee. Hasil uji t dan p menunjukkan bahwa: 1) Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan koefisien jalur sebesar 0,441; 2) Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan koefisien jalur sebesar 0,299; 3) Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan koefisien jalur sebesar 0,152; dan 4) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan koefisien jalur sebesar 0,283.

Kata kunci: Citra merek, kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga.





UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692850, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.uprvj.ac.id> Email : [puskom@uprvj.ac.id](mailto:puskom@uprvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Kamis, tanggal 19 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Naufaldi Athallah Nasution

No.Pokok Mahasiswa : 2110111228

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**PENGARUH BRAND IMAGE, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA FORE COFFEE PONDOK LABU)**

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / Tidak Lulus \*)

#### Penguji

| No | Dosen Penguji                               | Jabatan        | Tanda-Tangan |
|----|---------------------------------------------|----------------|--------------|
| 1  | Drs. Nobelson, MM                           | Ketua          | 1.           |
| 2  | Dra. Pusporini, MM                          | Anggota I      | 2.           |
| 3  | Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM | Anggota II **) | 3.           |

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Desember 2024

Mengesahkan

A. N. DEKAN

Kaprosdi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.



## **PRAKATA**

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena telah melimpahkan karunia, rahmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Fore Coffee Pondok Labu)” sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
2. Bapak Yudi Nur Supriadi, Sos.I., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
4. Ibu Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan proposal skripsi ini;
5. Orang tua dan kedua saudara peneliti yang telah mendoakan serta memberikan dukungan mental kepada peneliti untuk menyusun skripsi;
6. Teman-teman peneliti yang memberikan dukungan, doa, dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun guna menjadikan penelitian ini lebih baik lagi. Peneliti berharap agar penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 30 September 2024

Naufaldi Athallah Nasution

## DAFTAR ISI

|                                                       |             |
|-------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL.....</b>                            | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN JUDUL.....</b>                             | <b>ii</b>   |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>                   | <b>iii</b>  |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>          | <b>iv</b>   |
| <b>PENGESAHAN.....</b>                                | <b>v</b>    |
| <b><i>ABSTRACT</i>.....</b>                           | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                   | <b>vii</b>  |
| <b>BERITA ACARA.....</b>                              | <b>viii</b> |
| <b>PRAKATA.....</b>                                   | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                              | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                             | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                           | <b>xv</b>   |
| <br>                                                  |             |
| <b>BAB I    PENDAHULUAN.....</b>                      | <b>1</b>    |
| 1.1       Latar Belakang.....                         | 1           |
| 1.2       Rumusan Masalah.....                        | 12          |
| 1.3       Tujuan Penelitian .....                     | 12          |
| 1.4       Manfaat Penelitian .....                    | 12          |
| <br>                                                  |             |
| <b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                | <b>14</b>   |
| 2.1       Landasan Teori.....                         | 14          |
| 2.1.1     Manajemen Pemasaran .....                   | 14          |
| 2.1.2     Pemasaran Jasa.....                         | 15          |
| 2.1.3     Consumer Behavior (Perilaku Konsumen) ..... | 16          |
| 2.1.4     Keputusan Pembelian.....                    | 17          |
| 2.1.5     Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....    | 19          |
| 2.1.6     Persepsi Harga .....                        | 21          |
| 2.1.7     Kualitas Produk.....                        | 24          |
| 2.1.8     Kualitas Pelayanan.....                     | 26          |
| 2.2       Penelitian Terdahulu .....                  | 28          |
| 2.3       Model Penelitian .....                      | 40          |
| 2.4       Hipotesis .....                             | 43          |

|                |                                                                |           |
|----------------|----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB III</b> | <b>METODE PENELITIAN .....</b>                                 | <b>44</b> |
| 3.1            | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....             | 44        |
| 3.1.1          | Pengukuran Variabel .....                                      | 45        |
| 3.2            | Populasi dan Sampel .....                                      | 46        |
| 3.2.1          | Populasi.....                                                  | 46        |
| 3.2.2          | Sampel .....                                                   | 47        |
| 3.3            | Teknik Pengumpulan Data .....                                  | 48        |
| 3.3.1          | Jenis Data .....                                               | 48        |
| 3.3.2          | Sumber Data.....                                               | 48        |
| 3.3.3          | Pengumpulan Data .....                                         | 49        |
| 3.4            | Teknik Analisis Data .....                                     | 50        |
| 3.4.1          | Teknik Analisis.....                                           | 50        |
| 3.4.2          | Analisis Deskriptif.....                                       | 51        |
| 3.4.3          | Analisis Inferensial .....                                     | 53        |
| 3.4.5          | Uji Hipotesis .....                                            | 61        |
| <br>           |                                                                |           |
| <b>BAB VI</b>  | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                              | <b>63</b> |
| 4.1            | Deskripsi Objek Penelitian .....                               | 63        |
| 4.2            | Deskripsi Data Penelitian.....                                 | 64        |
| 4.2.1          | Deskripsi Data Responden.....                                  | 64        |
| 4.2.2          | Analisis Data Deskriptif.....                                  | 67        |
| 4.3            | Analisis Data Inferensial.....                                 | 72        |
| 4.3.1          | <i>Outer Model</i> .....                                       | 72        |
| 4.3.2          | <i>Inner Model</i> .....                                       | 77        |
| 4.4            | Uji Hipotesis dan Analisis.....                                | 79        |
| 4.5            | Pembahasan.....                                                | 81        |
| 4.5.1          | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....  | 81        |
| 4.5.2          | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....      | 82        |
| 4.5.3          | Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....     | 84        |
| 4.5.4          | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian ..... | 85        |
| <br>           |                                                                |           |
| <b>BAB V</b>   | <b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                | <b>87</b> |
| 5.1            | Simpulan .....                                                 | 87        |
| 5.2            | Keterbatasan Penelitian.....                                   | 88        |
| 5.3            | Saran .....                                                    | 88        |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>90</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>        | <b>90</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Top Brand Indeks 2024 Kedai Kopi .....                     | 5  |
| Tabel 1. 2 Tabel Harga Merek Kopi di Indonesia .....                  | 6  |
| Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu .....                         | 38 |
| Tabel 3. 1 Pengukuran Variabel.....                                   | 46 |
| Tabel 3. 2 Skala Likert .....                                         | 49 |
| Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....                       | 49 |
| Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai Presentase Responden .....              | 52 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Menurut Jenis Kelamin .....                  | 64 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Menurut Usia .....                           | 65 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Menurut Konsumsi Produk.....                 | 65 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik menurut Pekerjaan .....                      | 66 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Menurut Penghasilan .....                    | 67 |
| Tabel 4. 6 Analisis Indeks Jawaban terhadap Keputusan Pembelian.....  | 68 |
| Tabel 4. 7 Analisis Indeks Jawaban terhadap Brand Image .....         | 69 |
| Tabel 4. 8 Analisis Indeks Jawaban terhadap Persepsi Harga.....       | 70 |
| Tabel 4. 9 Analisis Indeks Jawaban terhadap Kualitas Produk.....      | 70 |
| Tabel 4. 10 Analisis Indeks Jawaban terhadap Kualitas Pelayanan ..... | 72 |
| Tabel 4. 11 Nilai Outer Loading Factor .....                          | 74 |
| Tabel 4. 12 Average Variance Extracted (AVE) .....                    | 76 |
| Tabel 4. 13 Composite Reliability.....                                | 76 |
| Tabel 4. 14 Cronbach's Alpha .....                                    | 77 |
| Tabel 4. 15 R-Square.....                                             | 78 |
| Tabel 4. 16 Q-Square.....                                             | 79 |
| Tabel 4. 17 Uji Bootstrapping .....                                   | 80 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Provinsi Penghasil Kopi Terbesar di Indonesia.....     | 1  |
| Gambar 1. 2 Trend Konsumsi Kopi di Indonesia (2016-2021).....      | 2  |
| Gambar 1. 3 Kopi lokal favorit masyarakat .....                    | 3  |
| Gambar 1. 4 Penilaian Buruk Fore Coffee Pondok Labu, Jakarta ..... | 8  |
| Gambar 3. 1 Langkah-langkah Partial Least Square (PLS) .....       | 54 |
| Gambar 3. 2 Inner Model .....                                      | 55 |
| Gambar 3. 3 Outer Model .....                                      | 56 |
| Gambar 3. 4 Konstruksi Diagram Jalur.....                          | 57 |
| Gambar 4. 1 Logo Fore Coffee.....                                  | 89 |
| Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Outer Model.....                       | 73 |
| Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Inner Model.....                       | 78 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Lampiran Kuesioner .....                    | 96  |
| Lampiran 2. Google Review Terkait Kualitas Produk ..... | 103 |
| Lampiran 3. Data Kuesioner 151 Responden .....          | 104 |
| Lampiran 4. Deskripsi Data Responden.....               | 127 |
| Lampiran 5. Analisis Data Deskriptif.....               | 129 |
| Lampiran 6. Hasil Data Penelitian .....                 | 131 |
| Lampiran 7. T Table .....                               | 135 |