



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, INOVASI PRODUK DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN KOPI JANJI JIWA**

SKRIPSI

SYAHLA PUTRI NURFAJAR 2110111021

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



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, INOVASI PRODUK DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN KOPI JANJI JIWA**

SKRIPSI

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

SYAHLA PUTRI NURFAJAR 2110111021

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

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syahla Putri Nurfajar
NIM : 2110111021
Fakultas : 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*, INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN 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: 15 Januari 2025

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 1000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and '6BA55ALX328146518'.

(Syahla Putri Nurfajar)

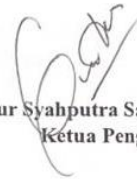
PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, INOVASI PRODUK DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KOPI JANJI JIWA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

SYAHLA PUTRI NURFAJAR 2110111021

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 30/12/2024 dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Guntur Syahputra Saragih, SE., MSM
Ketua Penguji



**Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM.,
CFMP**
Penguji I



Suharyati, SE., MM
Penguji II



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



Siti Hidayati, SE., MM
Koordinator Program Studi S1 Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 30/12/2024

***The Influence of Brand Image, Product Innovation and Price On
Consumer Buying Interest In Soul Promise Coffee***

By Syahla Putri Nurfajar

ABSTRACT

This study aims to find out the influence of Brand and Image on the Interest of Buying, to find out the influence of Innovation on Buying Interests, to find out the influence of Brands on Buying Interests, to find out the Influence of Brands on Buying Interests. The method used in this study is descriptive with a quantitative approach. The research sample consisted of 100 respondents who were selected using the purposive sampling method. Data was collected through the dissemination of questionnaires conducted online. Data analysis was carried out using SmartPLS 4.0 software. The results of the study show that brand image has a positive and significant influence on consumer buying interest. In addition, product and price innovations also contribute to purchasing decisions. These findings provide important insights for marketers in designing effective marketing strategies to increase consumer buying interest.

Keywords: Brand Image, Product Innovation, Price, Buying Interest, Janji Jiwa Coffee, Quantitative Research.

Pengaruh *Brand Image*, Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Janji Jiwa

By Syahla Putri Nurfajar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ,menganalisis dan membuktikan Pengaruh antara Brand Image Terhadap Minat Beli, untuk mengetahui ,menganalisis dan membuktikan Pengaruh antara Inovasi Produk Terhadap Minat Beli, untuk mengetahui Pengaruh antara Harga Terhadap Minat Beli. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan secara online. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Selain itu, inovasi produk dan harga juga berkontribusi terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pemasar dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: Citra Merek, Inovasi Produk, Harga, Minat Beli, Kopi Janji Jiwa, Penelitian Kuantitatif.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



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 GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Senin, tanggal 30 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Syahla Putri Nurfajar

No.Pokok Mahasiswa : 2110111021

Program : Manajemen S.I

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Brand Image, Inovasi Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Kopi Janji Jiwa
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM	Ketua	1.
2	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Anggota I	2.
3	Suharyati, S.E., M.M	Anggota II (**)	3.

Keterangan

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 30 Desember 2024

Mengesahkan

A.n DEKAN

Kaprodi Manajemen S.I

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan anugerah-Nya yang memungkinkan penulis untuk menyelesaikan usulan penelitian dengan judul "**Pengaruh Brand Image, Inovasi Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Kopi Janji Jiwa**". Penelitian ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program studi S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Antar Venus MA Comm., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, serta Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen, atas segala dukungan dan fasilitas yang telah diberikan.
2. Ibu Suharyati, S.E., M.M., dosen pembimbing, yang dengan sabar memberikan waktu, arahan, dan bimbingan yang sangat berarti dalam penyelesaian penelitian ini.
3. Kepada orang tua, nenek, dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan, doa, serta motivasi tanpa henti selama penulis mengerjakan usulan penelitian ini.
4. Kepada Cakra, Sekar, serta teman-teman seperbimbingan yang turut membantu dan memberikan dukungan dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penyelesaian usulan penelitian ini tidak akan dapat tercapai. Penulis berharap penelitian ini dapat diterima dan memberikan sumbangsih yang positif terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang pemasaran. Penulis juga mengharapkan masukan serta kritik yang konstruktif demi perbaikan laporan penelitian ini.

Jakarta, 01 Desember 2024

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Perilaku Konsumen	11
2.1.3 Minat beli.....	12
2.1.4 Brand Image	14
2.1.5 Inovasi	16
2.1.6 Harga	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Model Penelitian	30
2.3.2 Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli	30
2.3.3 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli.....	30
2.4 Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.1.1 Definisi Operasional	32
3.1.2 Pengukuran Variabel	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi	34
3.2.2 Sampel	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data	36
3.3.3 Pengumpulan Data.....	36
3.4 Analisis Data.....	38
3.4.1 Pretest 38	
3.4.2 Analisis Statistik Deskriptif	38
3.4.2 Analisis Statistik Inferensial	40
3.4.3 Uji Validitas.....	44
3.4.4 Uji Reabilitas	45
3.4.5 Uji Hipotesis	46
a) Uji R-Square (R ²)/Koefisien Determinasi	46
b) Uji Q Square (Q ²).....	47
c) Uji t (Koefisien Regresi Parsial)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.2 Pretest	51
4.3 Deskripsi Data Penelitian	54
4.3.1 Deskripsi Data Responden	54
4.3.2 Analisis data Deskriptif	56
4.4 Uji Hipotesis dan Analisis	60
4.4.1 Model Pengukuran (Outer Model)	61
4.3.2 Model Struktural (Inner Model)	66
4.3.3 Uji Hipotesis	67
4.5 Pembahasan	71

4.5.1 Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli	71
4.5.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli.....	73
4.5.3 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Keterbatasan Penelitian	77
5.3 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Review Janji Jiwa	6
Tabel 2. Matriks Penelitian Terdahulu Terhadap (Y) Minat Beli	26
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 4. Skala Pengukuran Likert.....	36
Tabel 5. Kisi-Kisi Pengukuran Variabel	37
Tabel 6. Skala Penilaian Survei	39
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks.....	40
Tabel 8. Interpretasi Nilai reliabilitas.....	46
Tabel 9. Interpretasi Nilai R-Square	47
Tabel 10. Interpretasi Nilai Q-Square	47
Tabel 11. Hasil Content Validity	51
Tabel 12. Hasil Construct Validity	53
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	56
Tabel 16 Indeks Tanggapan Terhadap Variabel Minat Beli	57
Tabel 17. Indeks Tanggapan Terhadap Variabel Brand Image.....	58
Tabel 18. Indeks Tanggapan Terhadap Variabel Inovasi Produk	59
Tabel 19. Indeks Tanggapan Terhadap Variabel Harga.....	60
Tabel 20. Hasil Outer Loading.....	62
Tabel 21. Hasil Average Variance Extracted (AVE)	63
Tabel 22. Hasil Fornell-Lacker	64
Tabel 23. Hasil Cross Loading.....	64
Tabel 24. Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 25. Hasil Uji R-Square	66
Tabel 26. Hasil Uji Q-Square.....	67
Tabel 27. Hasil Uji Bootstrapping	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Produksi Kopi Di Indonesia	1
Gambar 2. Grafik Jumlah Gerai Terbanyak di Indonesia	2
Gambar 3. Top Brand Kopi Janji Jiwa.....	3
Gambar 4. Review Kopi Janji Jiwa.....	5
Gambar 5. Model Penelitian	30
Gambar 6. Langkah-Langkah PLS.....	41
Gambar 7. Inner Model Penelitian	42
Gambar 8. Outer Model Penelitian	42
Gambar 9. Diagram Jalur	44
Gambar 10. Logo Kopi Janji Jiwa	49
Gambar 11. Menu janji Jiwa	50
Gambar 12. Hasil Pengujian Outer Model.....	61
Gambar 13. Hasil Pengujian Inner Model.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2 Data Kuesioner Pretest 30 Responden.....	92
Lampiran 3 Data Kuesioner 100 Responden	97
Lampiran 4 Hasil Data Analisis Deskriptif	113
Lampiran 5 Hasil Output SmartPLS	115