



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN**

SKRIPSI

ANDIKA ARFANDY

2110111243

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



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN**

SKRIPSI

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

ANDIKA ARFANDY

2110111243

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
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: Andika Arfandy

Nim: 2110111243

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

Jakarta, 06 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Andika Arfandy

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK

KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Andika Arfandy
Nim : 2110111243
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*, Kualitas pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan

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 : 24/12/2024

Yang Menyertakan,



Andika Arfandy

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:
ANDIKA ARFANDY 2110111243

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal ~~23~~Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Yulinar, S.E., M.M
Ketua Penguji



Dra. Pusporini, MM
Penguji I



Dr. Maria Assumpta Wikantari, SS.MBA.CWM
Penguji, II (Pembimbing)




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



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

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 23 Desember 2024

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN

Oleh Andika Arfandy

Abstract

The purpose of this study is to examine the influence of brand image, service quality, and product quality on purchasing decisions at Kopi Kenangan in Ruko Arundina, Cibubur. Dataa was collected from 168 respondents using a Likert-scale questionnaire. The independent variables in thiss stdy are brand image, service quality, and product quality, while purchasing decisions serve as the dependent variable. The findings reveal that all three independent variables significantly affect purchasing decisions, both partially and simultaneously. Brand image effectively creates positive perceptions, service quality contributes to customer satisfaction and loyalty, and product quality encourages repeat purchases. These results highlight the importance of marketing strategies focusing on enhancing these elements to strengthen competitiveness in the coffee shop market. This research provides theoretical contributions to consumer behavior and marketing literature and practical benefits for business practitioners in designing strategies that emphasize product quality, service quality, and brand image to improve consumer purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Kopi Kenangan Service Quality, Product Quality, Purchasing Decisions.*

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN

Oleh Andika Arfandy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak citra merek, mutu layanan, dan mutu produk terhadap keputusan pembelian. Kopi Kenangan di Ruko Arundina, Cibubur. Data dikumpulkan dari 168 responden menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Variabel independen dalam penelitian ini adalah brand image, kualitas layanan, dan kualitas produk, sedangkan keputusan pembelian menjadi variabel dependen. Menurut hasil penelitian, ketiga variabel independen secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Brand image terbukti menciptakan persepsi positif, kualitas layanan berkontribusi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta kualitas produk mendorong pembelian ulang. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya pengelolaan strategi pemasaran yang fokus pada peningkatan elemen-elemen tersebut untuk memperkuat daya saing di pasar coffee shop yang kompetitif. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap literatur perilaku konsumen dan pemasaran serta manfaat praktis bagi pelaku bisnis dalam merancang strategi berbasis kualitas produk, layanan, dan citra merek untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Brand Image, Keputusan Pembelian, Kopi Kenangan, Kualitas Layanan, Kualitas Produk,

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 23 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Andika Arfandy

No.Pokok Mahasiswa : 2110111243

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

"PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN"

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, 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, 23 Desember 2024

Mengetahui
A.n. VETERAN
Kaprod. Manajemen S.

Siti Hidayat, 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* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan” 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. Deshy Eka Permatasari selaku kekasih peneliti yang telah mendoakan serta memberikan dukungan mental kepada peneliti untuk menyusun proposal skripsi.
6. Teman-teman peneliti yang memberikan dukungan, doa, dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan proposal 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, September 2024

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
Abstract	vi
PRAKATA.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.4 Kualitas layanan.....	15
2.1.5 Brand image	17
2.1.6 Kualitas Produk.....	18
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	21
2.3 Model Penelitian	28
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	28

2.3.2 Pengaruh Kualitas layanan terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1.1 Definisi Operasional	31
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	32
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1 Jenis Data	34
3.3.2 Sumber Data.....	34
3.3.3 Pengumpulan Data	35
3.4 Teknik Analisis Data.....	36
3.4.1 Teknik Analisis Data Deskriptif	36
3.4.2 Analisis Inferensial	37
3.4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.4.5 Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	45
4.2 Deskripsi Data Responden	46
4.2.1 Jenis Kelamin.....	46
4.2.2 Usia	47
4.2.3 Pekerjaan.....	48
4.2.4 Aktivitas di Kawasan Cibubur	49
4.2.5 Pembelian Produk Kopi Kenangan Ruko Arundina Cibubur	49
4.2.6 Intensitas Konsumsi Produk	50

4.3 Deskripsi Data Deskriptif	50
4.3.1 Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	50
4.3.2 Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan	51
4.3.3 Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	52
4.3.4 Analisis Indeks Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	53
4.4 Deskripsi Data Inferensial.....	54
4.4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	54
4.5 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	58
4.6 Pembahasan.....	61
4.6.1 <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	61
4.6.2 Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.6.3 Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	66
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	68
4.7.1 Implikasi Teoritis	68
4.7.2 Implikasi Manajerial	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	73
5.4 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Lima Besar Negara Penghasil Kopi Dunia Tahun 2018-2020.....	1
Tabel 2. Top Brand index 2022.....	4
Tabel 3. Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 5. Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 6. Instrumen Penelitian.....	35
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks Responden.....	36
Tabel 8. Usia Responden.....	47
Tabel 9. Pekerjaan Responden.....	48
Tabel 10 Indeks Tanggapan Responden terhadap <i>Brand</i>	51
Tabel 11. Indeks Tanggapan Responden terhadap Kualitas Layanan.....	51
Tabel 12. Indeks Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk.....	52
Tabel 13. <i>Indeks Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian</i>	53
Tabel 14. <i>Nilai Outer Loading dan AVE</i>	55
Tabel 15. <i>Nilai Cross Loading Outer Mode</i>	56
Tabel 16. Nilai Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 17. <i>Coefficient of Determination (R^2)</i>	59
Tabel 18. <i>Q-Square</i>	59
Tabel 18. <i>Path Coefficient</i>	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Statistik Brand.....	5
Gambar 2. Ulasan Pelanggan Kopi Kenangan.....	6
Gambar 3. Ulasan Pelanggan Kopi Kenangan.....	7
Gambar 4. Langkah-Langkah Analisis PLS.....	37
Gambar 5. <i>Outer Model</i>	38
Gambar 6. <i>Inner Model</i>	39
Gambar 7. Diagram Jalur.....	40
Gambar 8. Jenis Kelamin Responden.....	46
Gambar 9.Usia Responden.....	47
Gambar 10. Pekerjaan Responden.....	48
Gambar 11. Aktivitas Responden di Kawasan Cibubur.....	49
Gambar 12. Pembelian Produk Kopi Kenangan Ruko Arundina Cibubur.....	49
Gambar 13. Intensitas Konsumsi Produk Kopi Kenangan.....	50
Gambar 14. Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	54
Gambar 15. Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian.....	80
Lampiran 2. Data Kuesioner 168 Responden.....	85
Lampiran 3. Deskripsi Data Responden.....	109
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Penelitian.....	112
Lampiran 5. Hasil <i>Output</i> Smartpls 4.0.....	114
Lampiran 6. Riwayat Hidup.....	119