



Judul Skripsi :

**PENGARUH CITRA MEREK KOPI KENANGAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OLEH KONSUMEN**

(Survei pada *followers* Instagram Kopi Kenangan)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana

Nama : Rida Nur Pratiwi

NIM :1610411174



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Rida Nur Pratiwi

NIM : 1610411174

Tanggal : 10 Juli 2020

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

Jakarta, 10 Juli 2020



Rida Nur Pratiwi

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Rida Nur Pratiwi

NIM : 1610411174

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations (Humas)

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Kopi Kenangan Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Oleh Konsumen
(Survei pada *followers* Instagram Kopi Kenangan)

Bahwa penulisan skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing utama maupun Pembimbing pendamping skripsi dan Ketua Program Studi. Sebagai bagian persyarikat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing I



(Dr. Ispawati Asri, M.si)

Pembimbing II



(Lusia Handayani, S.Ikom., M.si)

Plh. Ketua Program Studi



(Intan Putri Cahyani, M.I.Kom.)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 17 Juli 2020

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

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

Nama : Rida Nur Pratiwi
NIM : 1610411174
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relation

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, meyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Hak bebas royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH CITRA MEREK KOPI KENANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN (Survei pada *followers* Instagram Kopi Kenangan)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap memuat nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 10 Juli 2020

Yang menyatakan,



Rida Nur Pratiwi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan akrunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Kopi Kenangan Terhadap Keputusan Pembelian Produk oleh Konsumen (Survei pada Instagram Kopi Kenangan)” dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan dan mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Selama proses penyusunan skripsi ini, tentunya tidak lepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Orang tua yang sangat penulis cintai yang tentunya telah menjadi *supporter* penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Dr. Ispawati Asri, MM. selaku dosen Pembimbing I, penulis ucapkan terimakasih atas bimbingan dan sarannya selama penulis merancang penyusunan skripsi.
3. Lusia Handayani, S.Ikom., M.Si, selaku dosen Pembimbing II, terimakasih atas bimbingan dan sarannya selama penulis merancang penyusunan skripsi.
4. Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si selaku KAPROGDI Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. Teman-teman yang penulis cintai dimana selalu menjadi pendengar dan memberikan pemikiran yang jernih serta saran ketika penulis mengalami kesulitan dalam proses penyusunan laporan skripsi ini.
6. Serta seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang juga turut membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya, khususnya bagi penulis.

Jakarta, 17 Juli 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rida Nur Pratiwi' with a stylized initial 'R' and a period at the end.

Rida Nur Pratiwi

PENGARUH CITRA MEREK KOPI KENANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OLEH KONSUMEN

(Survei Terhadap *Followers* Instagram Kopi Kenangan)

Rida Nur Pratiwi

Abstrak

Indonesia merupakan penghasil kopi terbesar ke-3 sedunia. Kopi yang ditanam di Indonesia banyak digunakan oleh perusahaan gerai kopi lain dimana produk minumannya memiliki harga yang mahal. Berangkat dari kondisi tersebut, membuat Edward Tirnata berpikir untuk mengambil peluang usahanya. Tujuan ia membuka Kopi Kenangan adalah untuk menjembatani pecinta kopi di Indonesia yang mampu membeli kopi dari gerai internasional dengan pecinta kopi yang suka membeli kopi di warung. Usaha gerai kopi milik Kevin berdiri sejak 2017 dan sekarang total gerainya sudah mencapai angka 200 gerai. Perkembangan yang cepat tentunya karena terdapat peran konsumen yang melakukan keputusan pembelian produk Kopi Kenangan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *Hierarchy of effect*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif dan sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil uji korelasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sangat kuat antara pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian. Tidak hanya itu, tetapi juga hasil uji regresi dan uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa adanya pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima karena nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} . Hal tersebut membuktikan bahwa adanya pengaruh antara citra merek dengan keputusan pembelian produk.

Kata Kunci : Citra Merek, Keputusan Pembelian, Perkembangan Industri Kopi di Indonesia.

THE EFFECT OF KOPI KENANGAN'S BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS

(Survey on followers of Kopi Kenangan's Instagram)

Rida Nur Pratiwi

Abstract

Indonesia is the 3rd largest coffee producer in this world. A coffee tree that planted in Indonesia is widely used by other coffee shops from another country where beverage products have high prices. Starting from these conditions, Edward Tirnata was motivated by opening a brand for coffee shop because he thought to take up business opportunities. The purpose he opened Kopi Kenangan is to be a bridge between coffee lovers who are able to buy coffee products from the international coffee shops and coffee lovers who are only able to buy coffee from traditional markets. Kevin's coffee shop business was established in 2017 and now the number of outlets has reached 200 outlets. The business has been growing rapidly is certainly due to the role of consumers who make purchasing decisions for Kopi Kenangan's products. The theory used in this study was the hierarchy of effect models. The research used quantitative approach with the type of explanatory method with a sample of 100 respondents. Related to the correlation test, the result of study indicates a very strong influence brand image on purchasing decisions. Not only that but also the results of the regression test and the coefficient determination test indicate there is an influence of brand image on purchasing decisions by consumers. The results of hypothesis testing in this study indicate that H_0 is rejected and H_a is accepted because the value of count is greater than t table. It means there is the effect between brand image and purchasing decision.

Key words : *Brand image, Purchase Decision, Coffee Industry Growth in Indonesia.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	
KATA PENGANTAR	
Abstrak	i
Abstract	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademik.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Definisi Konsep.....	10
2.2.1 Merek (brand)	10
2.2.2 Citra.....	17
2.2.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	21
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	26
2.3 Teori Penelitian	31
2.4 Kerangka Berpikir.....	35
2.5 Hipotesis.....	36

BAB III	37
Metode Penelitian.....	37
3.1 Metodologi Penelitian	37
3.1.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
3.1.2 Metode Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Metode Pengumpulan Data	40
3.3.1 Data Primer	40
3.3.2 Data Sekunder	40
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.1 Tabel Operasional Variabel (X) <i>Brand Image</i>	41
3.4.2 Tabel Operasional Variabel (Y) Keputusan Pembelian	46
3.5 Metode Analisis Data	51
3.5.1 Skala Pengukuran.....	52
3.5.2 Uji Validitas	53
3.5.3 Uji Realibilitas	57
3.5.4 Uji Korelasi	59
3.5.5 Uji Regresi	60
3.5.6 Uji Koefisien Determinasi	60
3.5.7 Uji Signifikansi	61
3.6 Pelaksanaan Lokasi dan Waktu Penelitian.....	62
BAB IV	64
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	64
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1 Karakteristik Responden	66
4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel	70
4.2.2.1 Variabel X (brand image)	70
4.2.2.2 Variabel Y	89
I. Analisis Data Kuantitatif	110

II.	Uji Korelasi	111
III.	Uji Regresi.....	113
IV.	Uji Koefisien Determinasi.....	114
V.	Uji Signifikansi.....	115
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	116
BAB V	126
KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1	Kesimpulan.	126
5.2	Saran.....	127
5.2.1	Saran Akademis	127
5.2.2	Saran Praktis	128
DAFTAR PUSTAKA	129

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Proses Keputusan Pembelian	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel X.....	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Y.....	46
Tabel 3.3 Skala Likert	52
Tabel 3.4 Kriteria Interpretasi Hasil Angket.....	53
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel X	54
Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Y	55
Tabel 3.7 Nilai Alpha Cronbach	57
Tabel 3.8 Hasil Uji Realibilitas Variabel X	58
Tabel 3.9 Hasil Uji Realibilitas Variabel Y	58
Tabel 3.10 Pedoman Untuk Memberikan Penafsiran Koefisien Determinasi	61
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	66
Tabel 4.2 Usia Responden.....	67
Tabel 4.3 Jenis Pekerjaan Responden	68
Tabel 4.4 Pendapatan Responden	69
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (1)	70
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (2)	71
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (3)	72
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (4)	73
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (5)	74
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (6)	75
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (7)	76
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (8)	77
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (9)	78
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (10)	79
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (11)	80
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (12)	81
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (13)	82
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (14)	83
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (15)	84
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (16)	85

Tabel 4.21 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (17)	86
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (18)	86
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel X (19)	88
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (1)	89
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (2)	90
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (3)	92
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (4)	93
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (5)	94
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (6)	95
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (7)	96
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (8)	97
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (9)	98
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (10)	99
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (11)	100
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (12)	102
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (13)	103
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (14)	104
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (15)	104
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (16)	105
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (17)	106
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (18)	107
Tabel 4.42 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (19)	108
Tabel 4.43 Tanggapan Responden Pernyataan Variabel Y (20)	109
Tabel 4.44 Interpretasi Korelasi	111
Tabel 4.45 Hasil Uji Korelasi	112
Tabel 4.46 Hasil Uji Regresi	113
Tabel 4.47 Uji Koefisien Determinasi	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Testimoni 1.....	5
Gambar 1.2 Testimoni 2	3
Gambar 1.3 Testimoni 3.....	6
Gambar 1.4 Testimoni 4.....	3
Gambar 1.5 Testimoni 5.....	4
Gambar 2.1 Proses Pembentukan Citra.....	18
Gambar 3.1 Instagram Kopi Kenangan.....	38
Gambar 4.1 Logo Kopi Kenangan.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Form A2

LAMPIRAN B

Lembar Questioner

Hasil Uji Validitas X

Hasil Uji Validitas Variabel Y

Hasil Uji Turnitin

LAMPIRAN C