

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI
BUBUK KAPAL API SPECIAL MIX 25 GRAM
(Studi Kasus pada Anggota Koperasi Karyawan
PT Samsung Electronics Indonesia)**

SKRIPSI



**Nama : Sukma Nirmala Hariyanto Puteri
NIM : 43117310069**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI
BUBUK KAPAL API SPECIAL MIX 25 GRAM
(Studi Kasus pada Anggota Koperasi Karyawan
PT Samsung Electronics Indonesia)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Sukma Nirmala Hariyanto Puteri
NIM : 43117310069

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sukma Nirmala Hariyanto Puteri

NIM : 43117310069

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Febuari 2020



Sukma Nirmala Hariyanto Puteri

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sukma Nirmala Hariyanto Puteri
NIM : 43117310069
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga
terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Kapal Api
Special Mix 25 Gram (Studi Kasus pada Anggota
Koperasi Karyawan PT Samsung Electronics Indonesia)
Tanggal Lulus Ujian : 29 Januari 2020

Disahkan oleh :

Pembimbing



Indra Ade Irawan, SE., MM.
Tanggal : 03/02/2020

Ketua Penguji



Eri Marlapa, SE., MM.
Tanggal : 03/02/2020

Dekan



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.
Tanggal : 05/02/2020

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si.
Tanggal : 05/02/2020

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Kopi Bubuk Kapal Api *Special Mix* 25 Gram. Populasi dalam penelitian ini adalah para anggota Koperasi Karyawan PT Samsung Electronics Indonesia yang membeli kopi yakni sejumlah 640 anggota. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 100 anggota, dihitung berdasarkan rumus Slovin. Metode penarikan sampel menggunakan *simple random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian anggota Koperasi Karyawan PT Samsung Electronics Indonesia.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality, brand image and price on the purchase decision of Kopi Kapal Api Special Mix 25 Gram. The population in this study was the members of Koperasi Karyawan PT Samsung Electronics Indonesia who bought coffee, totaling 640 members. The sample used was 100 members, calculated based on the Slovin formula. The sampling method uses simple random sampling. Data collection methods using survey methods, the research instrument is a questionnaire. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of hypothesis test showed that product quality variables has a positive and significant effect on purchasing decision, brand image has a positive and significant effect on purchasing decision, prices has a positive and significant effect on purchasing decision of members Koperasi Karyawan PT Samsung Electronics Indonesia.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmatNya disertai usaha, kerja keras dan doa, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Kapal Api *Special Mix* 25 Gram, Studi Kasus pada Anggota Koperasi Karyawan PT Samsung Electronics Indonesia”** dengan baik. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari Bapak Indra Ade Irawan, SE., MM selaku Dosen Pembimbing serta dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ini mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.S. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Eri Marlapa, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi SI Manajemen Universitas Mercu Buana dan dosen Ketua Penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan untuk perbaikan skripsi ini.
5. Bapak Dharma Putra, Drs, MM selaku dosen Penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya. Semoga menjadi amal jariyah Bpk/Ibu di hadapan Allah SWT. Amin.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Para sahabat satu bimbingan dan satu angkatan di Universitas Mercu Buana dan pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih atas bantuan, motivasi dan doanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan bagi para pembacanya.

Jakarta, 3 Febuari 2020

Sukma Nirmala Hariyanto Puteri

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kontribusi Penelitian	15

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL

DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka	16
-------------------------	----

1. Definisi Pemasaran	16
2. Definisi Manajemen Pemasaran	17
3. Keputusan Pembelian	18
4. Kualitas Produk	24
5. Merek	27
6. Harga	32
7. Penelitian Terdahulu	35
B. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	40
1. Rerangka Konseptual	40
2. Pengembangan Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	43
C. Definisi Variabel dan Operasional	44
1. Definisi Variabel	44
2. Definisi Operasional	45
D. Skala Pengukuran	47
E. Populasi dan Sampel Penelitian	47
1. Populasi Penelitian	47
2. Sampel Penelitian	48
F. Teknik Pengumpulan Data	48
G. Metode Analisis Data	50

1. Statistik Deskriptif	50
2. Uji Kualitas Data	50
3. Uji Asumsi Klasik	52
4. Uji Kesesuaian Model.....	55
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
6. Uji Hipotesis	57

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	58
B. Karakteristik Profil Responden	59
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	60
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	61
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	62
C. Hasil Uji Deskriptif	63
D. Hasil Uji Kualitas Data	66
1. Hasil Uji Validitas	66
2. Hasil Uji Reabilitas	68
E. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	69
1. Hasil Uji Normalitas	69
2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	71
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	71

F. Hasil Uji Kesesuaian Model	72
1. Hasil Uji Hipotesis Koefisien Determinasi (R^2)	72
2. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	73
G. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	74
H. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	75
I. Pembahasan Hasil Penelitian	77
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	77
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	77
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	86

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Penjualan Kopi Bubuk di Kopkar PT SEIN Tahun 2015 s/d 2018	3
Tabel 1.2	Data Transaksi Penjualan (Struk) Kopkar PT SEIN Tahun 2015 s/d 2018.....	5
Tabel 1.3	Hasil Pra Survey pada Anggota Kopkar PT SEIN tentang produk Kopi Kapal Api <i>Special Mix</i>	6
Tabel 1.4	<i>Top Brand Award</i> 2019.....	9
Tabel 1.5	Perbandingan Harga Jual Kopi Bubuk di Kopkar PT SEIN	11
Tabel 1.6	Jumlah Nilai Omset Penjualan Kopi Bubuk Unit Toko Kopkar PT SEIN	12
Tabel 1.7	Hasil Pra Survey pada Anggota Kopkar PT SEIN tentang Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api <i>Special Mix</i> 25 Gram	13
Tabel 2.1	<i>Point of Parity</i>	29
Tabel 2.2	<i>Point of Difference</i>	30
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1	Variabel, Indikator dan Skala Pengukuran	46
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert	47
Tabel 4.1	Data Anggota Kopkar PT SEIN	59

Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	62
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	62
Tabel 4.7	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	64
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_2)	66
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Harga (X_3)	67
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Keputusan (Y)	67
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov.....	70
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas.....	71
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
Tabel 4.16	Hasil Uji F (Anova)	73
Tabel 4.17	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 4.18	Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	75

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Negara Konsumsi Kopi Terbesar Dunia 2016/2017	2
Gambar 1.2	Konsumsi Kopi Nasional (2016 – 2021)	2
Gambar 1.3	Data Penjualan Kopi Bubuk di Kopkar PT SEIN Tahun 2015 s/d 2018	4
Gambar 1.4	Persentase Nilai Omset Penjualan Kopi Bubuk Unit Toko Kopkar PT SEIN	12
Gambar 2.1	Tahap Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar 2.2	Rerangka Konseptual	40
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas dengan P-P Plot.....	69
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	71

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	90
Lampiran 3	Hasil Statistik Karakteristik Responden	101
Lampiran 4	Hasil Analisis Deskriptif	103
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas	104
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas	105
Lampiran 7	Hasil Uji Asumsi Klasik	106
Lampiran 8	Hasil Signifikansi Simultan (Uji F)	108
Lampiran 9	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	109
Lampiran 10	Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	109

UNIVERSITAS
MERCU BUANA