PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *KRISPYKREME* STASIUN WHOOSH

SKRIPSI

Nama : Angel Ruth

NIM : 43122110007

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *KRISPYKREME* STASIUN WHOOSH

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

Nama : Angel Ruth

NIM : 43122110007

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Angel Ruth
NIM	: 4312211007
Program Studi	: S1 Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 Juli 2026



Angel Ruth

4312211007

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	**1-1-3.4.11.00**	**Distribusi**					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: ANGEL RUTH
NIM	43122110007
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI HIJAU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KRISPY KREME STASIUN WHOOSH
Hasil Pengecekan Turnitin	: 27%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **27%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 14 October 2026

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Oktober/14/0000001740/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Angel Ruth
NIM	:	43122110007
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Hijau Terhadap Keputusan Pembelian Krispy Kreme Stasiun Whoosh

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 03 September 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yuli Harwani, M.M
NIDN/NUPTK: 0307075805

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
	
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-10267090

Scan QR or click here to Verification

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skrispu ini dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Green Promotions terhadap Keputusan Pembelian *Krispy Kreme* Stasiun Whoosh".** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjanan 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 berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana dan dosen penguji penelaah ujian akhir skripsi, yang telah memberikan waktu, masukan dan saran.
4. Ibu Dr, Yuli Harwani, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang 52 dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
6. 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.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
8. Seluruh responden yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini
9. Terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus, yang selalu ada dalam langkah penulis dalam menyelesaikan perjalanan ini. Terima kasih karena selalu menjadi sumber kekuatan dan pengharapan ditengah ketidakpastian dan terima kasih telah memberikan semua indah pada waktu-Nya.
10. Teristimewa, kedua orang tua tercinta, Bapak Hoddy Roland Siahaan dan Mama Erika Sinaga (†) dan Opung Mutiara Nainggolan (†). Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala kasih sayang, pengorbanan, doa, dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis. Dalam setiap kesulitan dan kelelahan yang dihadapi selama penyusunan skripsi ini, kasih dan pengorbanan Bapak, Mama, dan Opung menjadi alasan bagi penulis untuk tetap kuat dan terus berjuang hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa semua pencapaian ini tidak terlepas dari cinta, ketulusan, dan doa yang selalu diberikan dengan penuh kasih.
11. Untuk saudari penulis Betryx Angguna, serta Tante penulis Ningrum Niken, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
12. Kepada grup musik EXO dan Seventeen terutama Kim Mingyu penulis mengucapkan terima kasih atas karya-karya yang indah dan luar biasa yang telah setia menemani perjalanan penulis sejak awal hingga proses penyusunan skripsi ini. Melalui irama dan lirik yang penuh makna, penulis memperoleh motivasi untuk terus bertahan, serta melangkah hingga akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini.
13. Dan yang terakhir untuk diri sendiri, Angel Ruth. Terima kasih telah memilih bertumbuh sejauh ini. Terima kasih untuk memilih untuk tetap melangkah pelan ditengah badai ketakutan dan keraguan. Terima kasih untuk setiap air mata yang jatuh, doa yang selalu dipanjatkan, dan usaha

UNIVERSITAS MERCU BUANA

yang selama ini tidak dilihat siapa pun. Firman Tuhan dalam Filipi 4:13 "Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku." menjadi sumber penghiburan dan pengingat bahwa penulis tidak sendirian.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Skripsi ini. Akhir kata, semoga Skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 7 Juli 2026



Angel Ruth

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Angel Ruth
NIM	: 43122110007
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Hijau Terhadap Keputusan Pembelian *Krispy Kreme* Stasiun Whoosh

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right)*** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data *(database)*, merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 September 2026

Yang menyatakan,



Angel Ruth

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi Hijau terhadap Keputusan Pembelian konsumen *Krispy Kreme* Stasiun Whoosh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian produk *Krispy Kreme* di Stasiun Whoosh, dengan jumlah populasi bersifat tidak terbatas. Sampel penelitian berjumlah 129 responden yang ditentukan menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal satu kali. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan SPSS untuk analisis deskriptif serta SEM-PLS untuk pengujian model dan hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Promosi Hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sementara itu, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen *Krispy Kreme* Stasiun Whoosh lebih dipengaruhi oleh kualitas produk dan promosi hijau dibandingkan kualitas pelayanan dan persepsi harga..

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Promosi Hijau, Keputusan Pembelian.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Product Quality, Service Quality, Price Perception, and Green Promotion on the Purchase Decision of consumers at Krispy Kreme Stasiun Whoosh. This study employed a quantitative approach with a causal research design. The population consisted of consumers who had purchased products from Krispy Kreme Stasiun Whoosh, with an unlimited population size. The sample consisted of 129 respondents selected using purposive sampling, with the criterion that respondents had made at least one purchase. Data were collected through a questionnaire using a Likert scale and analyzed using SPSS for descriptive analysis and SEM-PLS for model and hypothesis testing. The results show that Product Quality and Green Promotion have a positive and significant effect on Purchase Decisions. Meanwhile, Service Quality and Price Perception do not have a significant effect on Purchase Decisions. These results indicate that consumers' purchase decisions at Krispy Kreme Stasiun Whoosh are more influenced by product quality and green promotion than by service quality and price perception.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Price Perception, Green Promotion, Purchase Decision.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

		Halaman
HALAMAN JUDUL		i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI		ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN *SIMILARITY*		iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI		iv
KATA PENGANTAR		v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR		vii
ABSTRAK		ix
ABSTRACT		x
DAFTAR ISI		xi
DAFTAR TABEL		xiii
DAFTAR GAMBAR		xv
DAFTAR LAMPIRAN		xvi
BAB I	**PENDAHULUAN**	1
	A. Latar Belakang	1
	B. Rumusan Masalah	16
	C. Tujuan Penelitian	17
	D. Kontribusi Penelitian	17
BAB II	**KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**	19
	A. Kajian Pustaka	19
	1. Pemasaran	19
	2 Perilaku Konsumen	20
	3. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)	21
	4. Kualitas Produk (*Product Quality*)	25
	5. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)	26
	6. Persepsi Harga (*Price Perception*)	28
	7. *Green Promotion*	30
	B. Penelitian Terdahulu	31
	C. Pengembangan Hipotesis	34
	1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	34
	2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	35
	3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	36
	4. Pengaruh *Green Promotion* terhadap Keputusan Pembelian	38
	D. Kerangka Pemikiran Teoritis	39
BAB III	**METODE PENELITIAN**	41
	A. Waktu dan Tempat Penelitian	41

UNIVERSITAS MERCU BUANA

B. Desain Penelitian 41
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel 42
1. Definisi Variabel 42
2. Operasionalisasi Variabel 46
D. Skala Pengukuran Variabel 48
E. Populasi dan Sampel Penelitian 49
1. Populasi 49
2. Sampel 50
F. Metode Pengumpulan Data 52
1. Data Primer 52
2. Data Sekunder 53
G. Metode Analisis Data 53
1. Analisis Statistik Deskriptif 53
2. Analisis SEM-PLS 54
a. Evaluasi *Outer Model* 54
b. Evaluasi *Inner Model* 56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 59
A. Gamabaran Umum Objek Penelitian 59
B. Statistik Deskriptif 59
1. Deskripsi Responden 60
2. Deskripsi Variabel Penelitian 62
C. Hasil Analisis SEM-PLS 66
1. Tahap Awal (Model Awal) 66
2. Tahap Kedua 68
3. *Partial Least Square* 69
4. Hasil Uji *Path Analysis (Bootstrapping)* 71
D. Hasil Analisis Data 73
1. Evaluasi *Measurement Model (Outer Model)* 73
a. *Convergent Validity* 73
b. *Discriminat Validity* 76
c. *Realibility Test* 81
2. Evaluasi *Structual Model (Inner Model)* 82
a. Koefisien Determinasi (*R Square*) 83
b. *Effect Size* (f^2) 84
c. *Predictive Relevance* (Q^2) 85
d. Uji Hipotesis (*Bootstrapping)* 86
E. Pembahasan Hasil Penelitian 88

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 98
A. Simpulan 98
B. Saran 99

DAFTAR PUSTAKA 102
LAMPIRAN 105

UNIVERSITAS MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan *Krispy Kreme*	10
1.2	Pra Survei	13
2.1	Penelitian Terdahulu	32
3.1	Operasionalisasi Variabel *Krispy Kreme*	46
3.2	Skala Pengukuran Variabel	49
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	61
4.4	Deskripsi Variabel Kualitas Produk	62
4.5	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	63
4.6	Deskripsi Variabel Persepsi Harga	64
4.7	Deskripsi Variabel *Green Promotion*	65
4.8	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	65
4.9	*Construct Reliability and Validity* Model Awal	67
4.10	*Construct Reliability and Validity* Tahap Kedua	69
4.11	Hasil *Outer Loading*	74
4.12	Hasil *Average Variance Extracted (AVE)*	76
4.13	Hasil Uji *Cross Loading*	77
4.14	Hasil Uji *Heterortrait-Monotrait Ratio (HTMT)*	78
4.15	Hasil Uji *Fornell-Larcker*	80
4.16	Hasil Uji Reliabilitas	81

UNIVERSITAS MERCU BUANA

4.17 Hasil Koefisien Determinasi (*R-Square)* 83

4.18 Hasil Effect Size (f^2) 84

4.19 Hasil *Predictive Relevance* (Q^2 *Predict)* 85

4.20 Hasil Uji Hipotesis 87

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Domestik Bruto di Industri Makanan dan Minuman	2
1.2	*Top Brand Index Fase* 2 tahun 2024 Toko Donat	2
1.3	Data jumlah *outlets Krispy Kreme* pada tahun 2025	4
1.4	Data Kinerja Penjualan *Krispy Kreme* Jabodetabek (distrik 1)	5
1.5	*Review Delivery Online Food Krispy Kreme*	7
1.6	*Rating Delivery Online Food Krispy Kreme*	8
1.7	*Greener* Nusantara Program	9
2.1	Kerangka Konseptual Penelitian	39
3.1	Grafik Perhitungan Sampel *GPower*	51
4.1	*PLS Algoritm* Model Awal	67
4.2	*PLS Algoritm* Model Tahap Kedua	68
4.3	*PLS Algoritm*	70
4.4	Hasil Uji *Path Analysis (Bootstrapping)*	72

UNIVERSITAS MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	105
2	Tabulasi Data Responden	108
3	Hasil *Output* SPSS	128
4	Hasil Uji Instrumen	137
5	Hasil *Outer Model*	138
6	Hasil *Inner Moder*	141

UNIVERSITAS
MERCU BUANA