PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED PRICE*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN DI DKI JAKARTA

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Salsa Nabila
43122010326

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED PRICE*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN DI DKI JAKARTA

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Salsa Nabila
43122010326

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Salsa Nabila
NIM	: 43122010326
Fakultas/Program Studi	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"Pengaruh *Brand Image*, *Perceived Price*, dan *Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di DKI Jakarta" adalah hasil karya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyatuan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Agustus 2026



Salsa Nabila
43122010326

lib.mercubuana.ac.id

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	: SALSA NABILA
NIM	: 43122010326
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH BRAND IMAGE, PERCEIVED PRICE, DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN DI DKI JAKARTA
Hasil Pengecekan Turnitin	: 21%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **21%** 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, 09 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/September/09/0000001331/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Salsa Nabila
NIM	:	43122010326
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Brand Image, Perceived Price, dan Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di DKI Jakarta

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 11 Agustus 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

Muhammad Nashar D, S.E., MBA
NIDN/NUPTK: 0404066802

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-08266639

Scan QR or click here to Verification

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **"Pengaruh *Brand Image*, *Perceived Price*, dan *Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di DKI Jakarta"**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana 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. Bapak Dr. Nurul Hidayah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Muhammad Nashar D, S.E, M.B.A., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Skripsi ini.
5. Ibu Ade Permata Surya, Dr. S.Gz., M.M., selaku dosen penguji ujian akhir Skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Skripsi ini.
6. Bapak Dr. Adi Nurmahdi, M.B.A., selaku dosen penguji ujian akhir Skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar Skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
8. 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.
9. Kepada nenek tercinta, terima kasih untuk setiap pelukan, dan setiap doa yang dipanjatkan untuk penulis. Sejak kecil hingga hari ini, beliau adalah rumah yang selalu hangat untuk pulang dan sumber kekuatan penulis. Skripsi ini bukan hanya hasil kerja keras penulis, tetapi juga buah dari doa dan kasih sayang beliau yang tak pernah putus. Semoga Tuhan senantiasa melindungi dan memberikan umur panjang serta kesehatan kepada beliau.
10. Penulis juga mempersembahkan skripsi ini untuk mengenang Kakek tercinta, yang semasa hidupnya selalu memberikan kasih sayang dan doa terbaik bagi

lib.mercubuana.ac.id

penulis. Kenangan bersama beliau akan selalu tersimpan dan menjadi kekuatan tersendiri bagi penulis. Semoga beliau tenang dan mendapatkan tempat terbaik di sisi Allah SWT.

11. Teristimewa, Kedua orang tua tercinta, Ibu dan Ayah yang merupakan alasan terbesar di balik setiap langkah dan pencapaian penulis hingga saat ini. Terima kasih atas cinta, kasih sayang, dan doa yang tidak pernah putus. Beliau memang tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun tidak pernah sekalipun membiarkan keterbatasan tersebut menjadi penghalang bagi anak-anaknya untuk mengeyam Pendidikan setinggi mungkin. Gelar sarjana ini bukanlah akhir dari perjuangan, melainkan salah satu bentuk bakti dan rasa terima kasih penulis atas setiap air mata, doa, kerja keras, dan cinta yang telah mengantarkan penulis sampai pada titik ini. Semoga pencapaian ini menjadi awal untuk membahagiakan serta membalas, meskipun tidak akan pernah sebanding dengan seluruh pengorbanan yang telah beliau berikan.
12. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada kakak-kakak tercinta, Aldy Prawatio, Ari Prabowo, dan Nuraisyah, yang senantiasa memberikan perhatian, nasihat, dan dukungan tanpa henti kepada penulis. Kehadiran dan kasih sayang kalian selalu menjadi kekuatan tersendiri bagi penulis dalam menjalani setiap fase kehidupan, termasuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Penulis juga mengucap syukur atas hadirnya anggota keluarga baru, keponakan tercinta, yang lahir di tengah perjalanan penulis menyelesaikan skripsi ini. Kehadirannya membawa kebahagiaan dan semangat baru yang tidak terduga, seolah menjadi pengingat bahwa selalu ada hal indah yang lahir di tengah proses yang panjang dan melelahkan. Semoga kelak ia tumbuh menjadi pribadi yang sehat, bahagia, dan menjadi kebanggaan keluarga.
14. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada Khalifah Maulida dan Silvia Amanda, Terima kasih telah selalu ada, di setiap fase kehidupan penulis, hingga detik ini. Dukungan dan kepercayaan kalian yang tidak pernah pudar menjadi salah satu alasan penulis mampu bertahan hingga sampai di titik ini.
15. Teruntuk Putri Anandita Pratama, Septiana Dewi Romani, Azraningtyas Putri Wibowo, Syasyi Dwi Aniqah, dan Ratna Sari selaku teman seperjuangan di perkuliahan ini. Terima kasih sudah mewarnai kehidupan masa-masa perkuliahan ini. Semua canda, tawa, dan tangis yang kita lalui bersama adalah proses kita untuk sampai di titik ini
16. Terakhir, untuk diriku sendiri, Salsa. *To the little girl who dreamed with all her heart, we made it*. Terima kasih telah bertumbuh sejauh ini. Terima kasih telah memilih untuk tetap melangkah pelan di tengah rasa ketakutan dan keraguan. Terima kasih untuk setiap air mata yang jatuh, doa yang dipanjatkan, dan usaha yang mungkin tidak dilihat oleh siapa pun. Dan untuk semua luka yang telah

lib.mercubuana.ac.id

sembuh, doa yang perlahan menemukan jalannya, dan perjuangan yang akhirnya sampai tujuan, mari dirayakan.

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, 26 Juni 2026



Salsa Nabila

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama	: Salsa Nabila
NIM	: 43122010326
Fakultas/Program Studi	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh *Brand Image, Perceived Price,* dan *Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di DKI Jakarta

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.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 4 September 2026

Yang menyatakan,



(Salsa Nabila)

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED PRICE*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN DI DKI JAKARTA

SALSA NABILA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *perceived price*, dan *service quality* terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di DKI Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Kenangan di wilayah DKI Jakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 140 responden, dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* melalui metode *purposive sampling*. Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Penelitian ini membuktikan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di DKI Jakarta. Selanjutnya, *perceived price* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di DKI Jakarta. Demikian pula, *service quality* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di DKI Jakarta.

Kata Kunci: *brand image*, *perceived price*, *service quality*, keputusan pembelian, Kopi Kenangan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PERCEIVED PRICE, AND SERVICE QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF KOPI KENANGAN CAFE IN DKI JAKARTA

SALSA NABILA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Brand Image, perceived price, and service quality on the purchase decision of Kopi Kenangan in DKI Jakarta. The population of this study consists of Kopi Kenangan consumers in the DKI Jakarta area. The sample consisted of 140 respondents, selected using a non-probability sampling technique through a purposive sampling method. The research data were collected using questionnaires distributed to respondents who met the predetermined criteria. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software. This study proves that Brand Image has a positive and significant effect on the purchase decision of Kopi Kenangan in DKI Jakarta. Furthermore, perceived price is proven to have a positive and significant effect on the purchase decision of Kopi Kenangan in DKI Jakarta. Likewise, service quality is proven to have a positive and significant effect on the purchase decision of Kopi Kenangan in DKI Jakarta.

Keywords: brand image, perceived price, service quality, purchase decision, Kenangan Coffee

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB ..... **viii**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Tujuan Penelitian 11
1.4 Kontribusi Penelitian 11
BAB II KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **13**
2.1 Kajian Pustaka 13
2.1.1 Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respons) 13
2.1.2 Perilaku Konsumen 15
2.1.3 Keputusan Pembelian 19
2.1.4 Citra Merek *(Brand Image)* 24
2.1.5 Persepsi Harga *(Perceived Price)* 28
2.1.6 Kualitas Pelayanan *(Service quality)* 31
2.2 Penelitian Terdahulu 33
2.3 Pengembangan Hipotesis 39
2.3.1 Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian 39
2.3.2 Pengaruh *Perceived Price* terhadap Keputusan Pembelian 40
2.3.3 Pengaruh *Perceived Price* terhadap Keputusan Pembelian 40
2.4 Kerangka Penelitian 41
BAB III METODE PENELITIAN **44**
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 44
3.2 Desain Penelitian 44
3.3 Definisi dan Operasional Variabel 45
3.3.1 Definisi Variabel 45
3.3.2 Operasional Variabel 46

lib.mercubuana.ac.id

3.4 Skala Pengukuran Variabel 48
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian 49
3.5.1 Populasi Penelitian 49
3.5.2 Sampel Penelitian 49
3.6 Metode Pengumpulan Data 51
3.7 Metode Analisis Data 51
3.7.1 Analisis Deskriptif 51
3.7.2 Uji Instrumen 53
3.7.3 Analisis *Partial Least Squares* 54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 59
4.1 Analisis Deskriptif 59
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 59
4.1.2 Deskripsi Responden 61
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian 64
4.2 Analisis *Partial Least Square* (PLS) 68
4.2.1 Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model) 68
4.2.2 Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model) 75
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian 81
4.3.1 Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian 81
4.3.2 Pengaruh *Perceived Price* terhadap Keputusan Pembelian 83
4.3.3 Pengaruh *Service quality* terhadap Keputusan Pembelian 84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 86
5.1 . Simpulan 86
5.2 . Saran 87
DAFTAR PUSTAKA 91
LAMPIRAN 95

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index 3
Tabel 1. 2 Hasil Pra-Survei Brand Image, Perceived Price, dan Service Quality terhadap Keputusan Pembelian 6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 33
Tabel 3. 1 Operasional Variabel 46
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert 49
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 61
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 62
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Wilayah 62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian 63
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Brand Image 64
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Perceived Price 65
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Service quality 66
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian 67
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Outer Loadings 69
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha dan Composite Reliability 70
Tabel 4. 11 Hasil Uji Convergent Validity (AVE) 71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading) 72
Tabel 4. 13 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion) 73
Tabel 4. 14 Hasil Uji Discriminant Validity (HTMT) 74
Tabel 4. 15 Hasil Evaluasi Multikolinearitas (VIF) 74
Tabel 4. 16 Hasil Uji R-Square 75
Tabel 4. 17 Hasil Uji Effect Size (f^2) 76
Tabel 4. 18 Hasil Uji Predictive Relevance (Q^2) 77
Tabel 4. 19 Hasil Evaluasi Model Fit 77
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Hipotesis 78

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Volume Produksi dan Konsumsi Kopi Indonesia (2022-2026) 2
Gambar 1. 2 Hasil Pra-Survei Keputusan Pembelian 4
Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan 20
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual 42
Gambar 4. 1 Identitas Visual Kopi Kenangan 59
Gambar 4. 2 Meraih Penghargaan Brand of The Year 60
Gambar 4. 3 Hasil Uji PLS-SEM Algoritma 69
Gambar 4. 4 Hasil Boostrapping 78

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner 95
Lampiran 2 Screening Question 96
Lampiran 3 Deskripsi Responden 97
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian 98
Lampiran 5 Jawaban Kuesioner 101

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id