

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Kopi Janji Jiwa Jilid 407 PT. Luna Boga Narayan)**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Kopi Janji Jiwa Jilid 407 PT. Luna Boga Narayan)**

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



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bhimo Gemilang Prakuswa

NIM : 43119310016

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

UNIVERSITAS Jakarta, 12 Juli 2021
MERCU BUANA



Bhimo Gemilang P

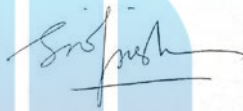
NIM: 43119310016

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bhimo Gemilang Prakuswa
NIM : 43119310016
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Kopi Janji Jiwa Jilid 407 PT. Luna Boga Narayan)
Tanggal Sidang : 3 Agustus 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Sari Puspitarini, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 08210223



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Kopi Janji Jiwa Jilid 407 Karawang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan transaksi pada Kopi Janji Jiwa Jilid 407 karawang yang tidak diketahui jumlahnya secara terperinci. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 100 konsumen, dihitung berdasarkan rumus Rao Purba. Metode penarikan sampel menggunakan *accidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linear berganda. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software* komputer SPSS v.23 *for windows*.. Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Konsumen.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, promotion, and service quality on consumer's purchase decisions in Kopi Janji Jiwa Jilid 407 Karawang. Population in this research is all customers who have made transactions on Kopi Janji Jiwa Jilid 407 Karawang whose quantity is not known in detail. The sample used is 100 customers, calculated based on Rao Purba Formula. The sampling method uses accidental sampling. The Methods of data collection using survey method, with the research instrument is a questionnaire. The analytical method applied in this study is Multiple Linear Regression Analysis, using SPSS software version 23 for Windows. This study proves that brand image has a positive and significant effect on purchase decision. Promotion has a positive and significant effect on purchase decision. Service quality has a positive but not significant effect on purchase decision.

Keywords : Brand Image, Promotion, Service Quality, Purchase Decisions, Customer.



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 CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Kopi Janji Jiwa Jilid 407 PT. Luna Boga Narayan)”**.

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 proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
2. Ibu Dr. Ema Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Ibu Dr. Nur Aisyah F. Pulungan, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.
5. Ibu Sari Puspitarini, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini.

6. 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.
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. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada hentihentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

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 proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 12 Juli 2021



Bhimo Gemilang Praluswa

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
A. Kajian Pustaka	8
1. Manajemen Pemasaran	8
a. Tujuan Manajemen Pemasaran	9
b. Fungsi Manajemen Pemasaran	10
2. Keputusan Pembelian	13
a. Proses Keputusan Pembelian	14
3. Merek	17
a. Citra Merek	18
b. Dimensi dan Indikator Citra Merek	19
4. Promosi	21
a. Indikator Promosi	22
5. Kualitas Pelayanan	23
a. Dimensi Kualitas Pelayanan	24
6. Penelitian Terdahulu	26
B. Pengembangan Hipotesis	30
1. Rerangka Konseptual	30

2. Hubungan Antar Variabel	31
a. Pengaruh Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	31
b. Pengaruh Promosi dengan Keputusan Pembelian	31
c. Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian	32
3. Hipotesis Penelitian	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	34
B. Desain Penelitian	34
C. Definisi dan Operasional Variabel	35
1. Definisi Variabel	35
a. Variabel Independen (X)	35
b. Variabel Dependen (Y)	35
2. Operasional Variabel	35
D. Skala Pengukuran Variabel	38
E. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi	39
2. Sampel	39
F. Metode Pengumpulan Data	41
G. Jenis Data Penelitian	41
H. Metode Analisis Data	41
1. Uji Statistik Deskriptif	42
2. Uji Kualitas Data	42
a. Uji Validitas	42
b. Uji Realibilitas	43
3. Uji Asumsi Klasik	44
a. Uji Normalitas	44
b. Uji Multikolonieritas	44
c. Uji Heteroskedastisitas	45
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	45
5. Uji Hipotesis	46
a. Analisis Koefisien Determinasi	46
b. Uji Statistik F (Uji Simultan)	47
c. Uji Statistik T (Uji Parsial)	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif	49
1. Sejarah Singkat Perusahaan	49
a. Gambaran umum objek penelitian	49
b. Visi dan Misi	50
c. Tempat dan Waktu Penelitian	51
2. Karakteristik Responden	51
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	52
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	53

d.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
e.	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	54
B.	Hasil Uji Statistik Deskriptif	55
C.	Hasil Uji Kualitas Data	61
1.	Hasil Uji Validitas	61
2.	Hasil Uji Reliabilitas	64
D.	Hasil Uji Asumsi Klasik	65
1.	Hasil Uji Normalitas	65
2.	Hasil Uji Multikolonieritas	66
3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
E.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	69
F.	Hasil Uji Hipotesis	70
1.	Hasil Koefisien determinasi (R^2)	71
2.	Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	71
3.	Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji T)	72
G.	Pembahasan Hasil Penelitian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	Kesimpulan	77
B.	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan Kopi Janji Jiwa Jilid 407	3
1.2	Pra Survey Pembelian Produk Kopi Janji Jiwa	5
2.1	Penelitian Terdahulu	26
3.1	Operasional Variabel Keputusan Pembelian	36
3.2	Operasional Variabel Citra merek	36
3.3	Operasional Variabel Promosi	37
3.4	Operasional Variabel Kualitas Pelayanan	38
3.5	Instrumen Skala Likert	39
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	53
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	54
4.6	Kriteria Interpretasi Skor	56
4.7	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	57
4.8	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	58
4.9	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Promosi	59
4.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	60
4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	61
4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	62
4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	63
4.14	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	63
4.15	Hasil Uji Reliabilitas	65
4.16	Hasil Uji Normalitas	66
4.17	Hasil Uji Multikolonieritas	67
4.18	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.20	Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	72
4.21	Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji T)	73

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Model Proses Keputusan Pembelian Konsumen	14
2.2	Rerangka Konseptual	30
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	80
2	Tabulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	87
3	Tabulasi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	89
4	Tabulasi Jawaban Responden Variabel Promosi	92
5	Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	94
6	Karakteristik Profil Responden	97
7	Hasil Uji Statistik Deskriptif	98
8	Hasil Uji Validitas	99
9	Hasil Uji Reliabilitas	104
10	Hasil Uji Normalitas	105
11	Hasil Uji Multikolonieritas	105
12	Hasil Uji Heteroskedastisitas	106
13	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	106
14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	107
15	Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	107

UNIVERSITAS
MERCU BUANA