

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI JANJI JIWA DI MALL
METROPOLITAN BEKASI, JAWA BARAT
(Studi Kasus di Sekitar Kota Bekasi, Jawa Barat)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Salim Wijaya

NIM : 43117210086

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

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salim Wijaya

NIM : 43117210086

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 plagiarisme (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 09 Desember 2020

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Salim Wijaya

NIM: 43117210086

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Salim Wijaya
NIM : 43117210086
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Mall Metropolitan Bekasi, Jawa Barat
Tanggal Lulus Ujian : 05 Februari 2021

Disahkan Oleh

Pembimbing

Ketua Penguji



Indra Ade Irawan, SE., MM

Tanggal: 05 Februari 2021



Dra. Yanti Murni, MM

Tanggal: 05 Februari 2021

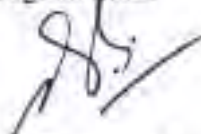
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Harnovinsah, Ak, M.Si, CA

Tanggal:

Ketua Program Studi



Dr. Daru Asih, SE., M.S

Tanggal:

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap keputusan pembelian pada Kopi Janji Jiwa di Mall Metropolitan Bekasi, Jawa Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Janji Jiwa disekitar Bekasi, Jawa Barat, yang dipergunakan adalah sebanyak 100 konsumen, dihitung berdasarkan rumus Rao Purba dalam Kharis. Metode penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis kuantitatif dengan menggunakan statistik. Penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Produk positif signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Citra Merek positif signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga Negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, brand image and price on purchasing decisions at Kopi Janji Jiwa at Metropolitan Mall Bekasi, West Java. The population in this study were 100 consumers of Kopi Janji Jiwa around Bekasi, West Java, which was used as many as 100 consumers, calculated based on the formula of Rao Purba in Kharis. The sampling method used was purposive sampling. Methods of data collection using a survey method, with the research instrument is a questionnaire. Quantitative analysis method using statistics. This study proves that product quality has a significant positive effect on purchasing decisions. Brand image has a significant positive effect on purchasing decisions. Negative price and insignificant towards purchasing decisions.

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Lembar Persembahan

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua. Alhamdulillah atas kemudahan dan jalan yang diberikan sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat saya kasihi dan saya sayangi sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terima kasih yang tak terhingga. Saya persembahkan karya kecil ini kepada Bapak dan Ibu saya yang telah memberikan kasih sayang, dukungan dan cinta kasih tiada terhingga yang tiada mungkin dapat saya balas hanya dengan selembar kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Bapak dan Ibu bahagia karena saya sadar, selama ini belum bisa memberi yang lebih. Untuk Bapak dan Ibu yang selalu membuat saya termotivasi dan tidak pernah henti untuk mendoakan saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Mall Metropolitan Bekasi, Jawa Barat”**. Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Indra Ade Irawan, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti haturkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih., S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa, S.E, MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D.

5. Kedua orang tua Tn. Halim Sulyanto(Alm) dan Ny. Emi yang saya cintai yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada saya.
6. Bapak Arizal selaku Supervisor di Kopi Janji Jiwa di Mall Metropolitan Bekasi.
7. Untuk teman seperjuangan dalam mengerjakan proposal skripsi Manajemen angkatan 17 yang saling membantu, dan saling menyemangati.
8. Seluruh dosen dan staf Universitas Mercu Buana Kampus D.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dalam proposal skripsi ini.

Bekasi, Desember 2020

Salim Wijaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Teoritis.....	14
1. Manajemen Pemasaran	14
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	14
2. Keputusan Pembelian	15
a. Pengertian Keputusan Pembelian	15
b. Dimensi dan Indikator	16
3. Kualitas Produk.....	19
a. Pengertian Kualitas Produk	19
b. Dimensi dan Indikator	20
4. Citra Merek	22

a. Pengertian Citra Merek.....	22
b. Dimensi dan Indikator.....	25
5. Harga.....	25
a. Pengertian Harga.....	25
b. Dimensi dan Indikator.....	27
6. Hasil Penelitian terdahulu.....	28
7. Kerangka Konseptual.....	32
B. Pengembangan Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
B. Desain Penelitian.....	36
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	36
1. Definisi Variabel.....	36
2. Operasional Variabel.....	38
D. Skala Pengukuran Variabel.....	41
E. Populasi dan Sample Penelitian.....	42
1. Populasi Penelitian.....	42
2. Sampel Penelitian.....	42
F. Teknik Pengumpulan Data.....	43
G. Metode Analisis.....	44
1. Statistik Deskriptif.....	44
2. Uji Kualitas Data.....	45
a. Uji Validitas.....	45
b. Uji Reliabilitas.....	47
3. Uji Asumsi Klasik.....	47
a. Uji Normalitas.....	47
b. Uji Multikolonieritas.....	47
c. Uji Heteroskedastistas.....	48
4. Uji Kesesuaian Model.....	49
a. Koefisien Determinasi (R^2).....	49
b. Uji F (ANOVA).....	49
5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
6. Uji Hipotesis.....	51
a. Uji t.....	51

BAB IV METODE PENELITIAN	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	52
2. Karakteristik Profil Responden.....	52
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	55
1. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian.....	56
2. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk.....	57
3. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Citra Merek.....	56
4. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga.....	58
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	58
1. Hasil Uji Validitas	58
2. Hasil Uji Reliabilitas	60
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
1. Hasil Uji Normalitas.....	61
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	62
3. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	63
E. Hasil Uji Kesesuaian Model.....	63
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63
2. Hasil F ANOVA.....	64
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	64
G. Hasil Uji Hipotesis	65
H. Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Ekspor komoditas terutama.....	1
Tabel 1.2 Penjualan.....	8
Tabel 1.3 Data Prasurei.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Oprasioanl Variabel.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Dalam Sebulan	53
Tabel 4.5 Kriteria Interpretasi Skor	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	54
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk.....	56
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Citra Merek	56
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolonieritas	61
Tabel 4.18 Hasil Uji Heterokedastisitas	62
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
Tabel 4.20 Hasil Uji F ANOVA	63
Tabel 4.21 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Konseptual.....	32
-------------------------------------	----



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Produksi Kopi.....	3
Grafik 1.2 Nominasi Top Brands Award Category Coffee and Café.....	5
Grafik 1.3 laporan penjualan Kopi Janji Jiwa Pertriwulan.....	8



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	73
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden.....	76
Lampiran 3 Kuesioner Berdasarkan Responden.....	88
Lampiran 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	89
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas.....	93
Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas.....	94
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	95
Lampiran 8 Hasil Uji Kesesuaian Model.....	97
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	97
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis.....	98
Lampiran 11 Table R.....	98
Lampiran 12 Table F.....	99
Lampiran 13 Table T.....	100

