

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SIAP MINUM
NESCAFE**

SKRIPSI

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



Nama : Abdul Gani

NIM : 43116010105

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SIAP MINUM
NESCAFE**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di Bawah ini :

Nama : Abdul Gani
NIM : 43116010105
Program Studi : SI Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya.

Jakarta, 20 Juli 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Abdul Gani

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Abd Gani
NIM : 43116010105
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh harga, kualitas produk, citra merek terhadap keputusan pembelian kopi siap minum nescafe
Tanggal Sidang : 9 September 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 10210616



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRACT

This study aims to discuss what influences influence purchasing decisions on Nescafe ready-to-drink products. The independent variables obtained from the results of the preliminary survey are Price, Product Quality, and Brand Image. While the dependent variable obtained is the purchase decision. The data analysis method used Variance Based Structural Equation Modeling Partial Least Square (PLS). The population is people living in Meruya, with a sample of 120 respondents. The sampling technique used was convenience sampling. By using a quantitative descriptive approach. The results of this study indicate that price has a significant positive effect on purchasing decisions, product quality has a significant positive effect on purchasing decisions, and Brand Image has a significant negative effect on purchasing decisions.

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



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai pengaruh apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk siap minum Nescafe. Variabel independen yang didapatkan dari hasil survei pendahuluan adalah Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek. Sedangkan variabel dependen yang didapatkan adalah keputusan pembelian. Metode analisis data menggunakan *Variance Based Structural Equation Modeling Partial Least Square (PLS)*. Populasinya adalah penduduk berwilayah tinggal di Meruya, dengan sampel 120 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, serta Citra Merek berpengaruh Negatif signifikan terhadap keputusan pembelian.

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



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Siap Minum Nescafe”. 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, terimakasih khususnya kepada Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, Ir., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat - nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, MS. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan materi yang tiada hentinya untuk saya untuk bisa menyelesaikan Skripsi ini.
6. Untuk adik saya yang sudah menyemangati saya untuk bisa menyelesaikan Skripsi ini.
7. Kepada Annisa nurkholifah, Refom, Puji, Wiwing, Wulan, Ani, Delfi dan Khusnul serta teman – teman seperjuangan yang selalu ada dalam memberikan semangat dan motivasi dalam proses penyusunan Skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya 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 kritikan 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 ilmu pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 20 Juli 2021

Abdul Gani



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
A. Kajian Pustaka	9
1. Pemasaran	9
2. Manajemen pemasaran.....	10
3. Harga.....	10
4. Kualitas Produk.....	13
5. Citra Merek.....	17
6. Keputusan Pembelian.....	20
B. Penelitian terdahulu	26
C. Pengembangan Hipotesis	35
1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	35
2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	36
3. Pengaruh citra Merek terhadap keputusan pembelian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
B. Desain Penelitian	39
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	39
1. Definisi Variabel.....	39
2. Operasionalisasi Variabel	41
D. Skala Pengukuran Variabel.....	43

E.	Populasi dan Sampel Penelitian	44
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	45
G.	Metode Analisis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		50
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	50
B.	Statistik Deskriptif	52
1.	Deskripsi Responden	52
2.	Deskripsi Variabel.....	53
C.	Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS).....	58
1.	Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model)	58
2.	Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		72
A.	Kesimpulan	72
B.	Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....		76
LAMPIRAN.....		78



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Produk Kopi Dalam Kemasan Siap Minum di Indonesia Tahun 2017-2020	4
1.2	Tabel Pra Survey Untuk Merek Kopi Nescafe	5
2.1	Penelitian Terdahulu	23
3.1	Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian Harga	39
3.2	Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian Kualitas Produk	39
3.3	Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian Citra Merek	40
3.4	Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian Keputusan Pembelian	40
3.5	Instrument Skala Likert	41
4.1	Jenis Kelamin Responden	48
4.2	Usia Responden	49
4.3	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	50
4.4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	51
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	52
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	53
4.7	Hasil Pengujian Counvergent Validity	55
4.8	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)	57
4.9	Hasil Uji Discriminaty Validity (Cross Loading)	58
4.10	Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)	59
4.11	Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	60
4.12	Hasil Uji Nilai R-Square (R^2)	62
4.14	Hasil Pengujian Hipotesis	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Data Tingkat Konsumsi Kopi	3
2.1	Kerangka Penelitian	35
4.1	Hasil Algoritma PLS	55
4.2	Hasil Uji Bootstrapping	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	74
2	Hasil Output SPSS	78
3	Hasil Output PLS	80

