

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi kasus pada Starbucks Coffee JIExpo Kemayoran)**

SKRIPSI



Nama : Aini Fitrianti

Nim : 43116010180

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aini Fitrianti

NIM : 43116010180

Jurusan : S1 Manajemen

Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Starbucks Coffee Jiexpo Kemayoran)**

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 plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 06 April 2021



Aini Fitrianti

Nim. 43116010180

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aini Fitrianti
NIM : 43116010180
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Starbucks Coffee Jlexpo Kemayoran)
Tanggal Lulus Ujian : 10 Februari 2021

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,



Dr. Yanto Ramli, MM

Tanggal : 17 Februari 2021

Ketua Penguji,



Dr. Zulfitri, MS., MM

Tanggal : 17 Februari 2021

UNIVERSITAS

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



**Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.,
CIPSAS., CMA., CSRS**

Tanggal : 31 Maret 2021

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Daru Asih., SE, M.Si

Tanggal : 31 Maret 2021

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of product quality, brand image and price on purchasing decisions. The object of this study was Starbucks Coffee JIexpo Kemayoran visitors, Central Jakarta. This research was conducted on 181 respondents using the causal method. The sampling technique uses convenience sampling. Therefore, the analysis of the data used is statistical analysis in the form of smart partial least square 3.0. The results of this study indicate product quality, has a positive and significant influence on purchasing decisions, brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions and price has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: product quality, brand image and price on purchasing decisions.



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *kualitas produk*, *citra merek* dan *harga* terhadap *keputusan pembelian*. Objek penelitian ini adalah pengunjung Starbucks Coffee JIexpo Kemayoran, Jakarta Pusat. Penelitian ini dilakukan terhadap 181 responden dengan menggunakan metode kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk *smart partial least square* 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan *kualitas produk*, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *citra merek* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *harga* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”**

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dudi Permana Ph.d selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti

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
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Jajaran Program studi manajemen S1, Ibu Tine Yuliantini, S.Par., MM dan Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku sekretaris I dan II program studi Manajemen S1.
5. Bapak Dudi Permana, Ph.D dan Bapak Yanto Ramli, Dr.MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan saran-saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.
6. Bapak Endi Rekarti, SE, ME selaku dosen metodologi penelitian yang telah sabar membimbing dan mengarahkan saya sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.
7. Kedua orangtua tercinta Bapak Sukron dan Ibu Santi motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
8. Teman seperjuangan Reval Drey, Ridho Alfath, Maydena Prambandari, Endriawan Agustyobudi, dan Aggi Nurhayati. Teman-teman dari Kafe

Nikmat, dan para senior yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.

9. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 3 juli 2019

Aini Fitrianti

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
2. Kualitas Produk	13
3. Citra Merek.....	20
4. Harga	22
5. Keputusan Pembelian	23
6. Penelitian Terdahulu.....	27
B. Pengembangan Hipotesis.....	30
1. Hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian	30
2. Hubungan antara citra merek dengan keputusan pembelian	31
3. Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian	35
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	36
1. Definisi Variabel	36

D. Operasionalisasi Variabel	38
E. Skala Pengukuran Variabel.....	40
F. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
1. Populasi Penelitian	41
G. Sampel Penelitian	42
H. Metode Pengumpulan Data.....	43
I. Metode Analisis Data	44
1. Analisis Partial Least Square.....	44
2. Langkah – langkah Pengujian Analisis PLS.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
B. Statistik Deskriptif.....	50
1. Deskripsi Responden.....	50
3. Deskripsi Variabel	52
C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	56
2. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	56
1) Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	67
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	71
signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian.....	71
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	72
Keputusan Pembelian.	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	73
A. Simpulan.....	73
B. Saran	74
1. Saran untuk pihak Starbucks <i>Coffee</i> Jiexpo Kemayoran.....	74
2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	DATA 10 NEGARA PRODUSEN KOPI TERBESAR DI DUNIA TAHUN 2019	2
Tabel 1.2	TOP BRAND INDEX FASE TAHUN 2017 – 2019 (Coffee Shop)	3
Tabel 1.3	Ringkasan laporan pendapatan Starbucks Corporation pada tahun 2016 sampai 2019	5
Tabel 1.4	Total Penjualan Starbucks Coffee JIExpo Kemayoran November 2016 - Februari 2017	5
Tabel 1.5	Hasil data pra-survey	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1	Definisi operasionalisasi variabel	38
Tabel 3.2	Instrument Skala Likert	41
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4.2	Usia Responden	51
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	52
Tabel 4.4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	52
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	53
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	54
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	58
Tabel 4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	60
Tabel 4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi 2)	62
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	63
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	63
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker Critetion</i>)	65
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>Compostie Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	66
Tabel 4.15	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	67
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Hipotesis	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1	Peralihan logo Starbucks yang lama dengan yang baru	49
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS	57
Gambar 4.3	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	59
Gambar 4.4	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi 2)	61
Gambar 4.5	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	70



DAFTAR LAMPIRAN

Gambar	Judul	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner		82
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner		86
Lampiran 3 : Hasil Output SPSS 23		92
Lampiran 4 : Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)		95
Lampiran 5: Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)		98



UNIVERSITAS
MERCU BUANA