

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
(Studi Pada Kopi Janji Jiwa di Jakarta Barat)**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Nama : Adi Muliawan  
NIM : 43120010253

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG  
(Studi Pada Kopi Janji Jiwa di Jakarta Barat)**

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



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

Nama : Adi Muliawan  
NIM : 43120010253

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

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adi Muliawan

NIM: 43120010253

Program Studi: S1 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 plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS Jakarta, 01 Desember 2023  
MERCU BUANA



Adi Muliawan

NIM: 43120010253

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adi Muliawan  
NIM : 43120010253  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Kopi Janji Jiwa di Jakarta Barat)  
Tanggal Sidang : 13 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 03243681



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Fenomena tingginya konsumsi kopi di Indonesia, khususnya Kopi Janji Jiwa, mendorong penelitian ini untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi Minat Beli Ulang konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada kopi janji jiwa. Populasi dalam penelitian ini adalah seseorang yang pernah melakukan transaksi pembelian minimal 2 kali pada produk Kopi Janji Jiwa di kawasan Jakarta Barat. Sebanyak 150 responden dengan rentang usia 18-55 tahun dipilih sebagai sampel penelitian dengan menggunakan rumus *Hair*. Data dikumpulkan melalui metode survei menggunakan kuesioner *google form*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis SmartPLS. Penelitian ini Membuktikan bahwa Citra Merek berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Kualitas Produk berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang dan Harga berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang

**Kata Kunci** : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Minat Beli Ulang, Janji Jiwa



## ABSTRACT

*The high coffee consumption phenomenon in Indonesia, especially Kopi Janji Jiwa, encourages this research to understand the factors that influence consumer Repurchase Intention. This study aims to analyze the influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Repurchase Intention on Kopi Janji Jiwa. The population in this study is someone who has made at least 2 purchase transactions on Kopi Janji Jiwa products in the West Jakarta area. As many as 150 respondents with an age range of 18-55 years were selected as research samples using the Hair formula. Data was collected through a survey method using a Google form questionnaire. The sampling technique used is purposive sampling. The data was analyzed using the Structural Equation Model (SEM) with the SmartPLS analysis tool. This study proves that Brand Image has a Positive and significant effect on Repurchase Intention, Product Quality has a Positive and significant effect on Repurchase Intention, and Price Quality has a Positive and significant effect on Repurchase Intention.*

**Keywords:** *Brand Image, Product Quality, Price, Repurchase Intention, Janji Jiwa.*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Kopi Janji Jiwa di Jakarta Barat)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan proposal skripsi ini Alhamdulillah 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. Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, PH.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Metodologi Penelitian yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Dr. Daru Asih M.Si selaku dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama satu semester ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis.
7. Para sahabat saya dan teman-teman seperjuangan yang telah banyak memberikan dorongan untuk menyusun skripsi ini Dennis, Heral, Fania, Putra, Ayu, Dito, Kiwil, Firza, Anggie dan Danang.
8. Teristimewa untuk orang tua saya tercinta Ibu Herawati yang tidak hentinya memberikan dukungan kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa sebagai manusia biasa, penelitian ini tidak terhindar dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran, masukan, bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan tulus dan rendah hati, penulis ingin meminta maaf jika terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Proposal Skripsi ini. Terakhir, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan meningkatkan pengetahuan, baik bagi penulis maupun pembaca secara umum.

Jakarta, 01 Desember 2023



Adi Muliawan



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	14
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Kontribusi Penelitian.....	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	16
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Manajemen Pemasaran.....	16
2. Minat Beli Ulang.....	19
3. Citra Merek .....	22
4. Kualitas Produk.....	25
5. Harga.....	28
6. Penelitian Terdahulu .....	31
B. Pengembangan Hipotesis .....	36
C. Kerangka Pemikiran.....	41
D. Hipotesis.....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	43

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	43
B. Desain Penelitian.....	44
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	45
1. Definisi Variabel .....	45
2. Definisi Operasionalisasi Variabel.....	46
D. Skala Pengukuran Variabel .....	49
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	50
1. Populasi Penelitian .....	50
2. Sampel Penelitian.....	50
F. Metode Pengumpulan Data .....	51
G. Metode Analisis Data .....	52
1. Analisis Deskriptif .....	52
2. Uji Instrumen .....	54
3. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	55
4. Langkah-Langkah Uji Analisis PLS .....	56
a. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	56
b. Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model) .....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	60
B. Statistik Deskriptif.....	61
1. Deskripsi Responden.....	61
2. Deskripsi Variabel.....	66
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	70
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
A. Simpulan.....	82
B. Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

1.1	Pra-Survey.....	11
2.1	Penelitian Terdahulu .....	31
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	47
3.2	Instrumen Skala Likert.....	49
4.1	Jenis Kelamin Responden .....	61
4.2	Usia Responden.....	62
4.3	Tempat Tinggal Responden .....	63
4.4	Pekerjaan Responden .....	63
4.5	Pendapatan Responden.....	64
4.6	Pembelian Produk Kopi Janji Jiwa Dalam Sebulan.....	65
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang.....	66
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	67
4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....	68
4.10	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga .....	69
4.11	Hasil Pengujian Convergent Validity.....	71
4.12	Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i> .....	73
4.13	<i>Construct Reliability and Validity</i> .....	74
4.14	Hasil Nilai Uji R-Square .....	75
4.15	Hasil Nilai Uji F-Square.....	76
4.17	Hasil Uji Nilai Q-Square.....	76

## DAFTAR GAMBAR

1.1	Volume Penjualan Kopi Siap Minum .....	3
1.2	Top Brand Kedai Kopi .....	5
1.3	7 Kedai Kopi Lokal Terfavorit 2022.....	6
1.4	Top 3 Kedai Kopi Lokal Terpopuler.....	7
4.1	Analisis Outer Model .....	72
4.2	Hasil Uji Bootstrapping .....	78



## DAFTAR LAMPIRAN

1.	Kuesioner.....	94
2.	Hasil Output Kuesioner.....	97
3.	Hasil Output SmartPLS 4.0.....	101

