

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN
REFERENCE GROUP TERHADAP *PURCHASE DECISION*
KOPI NAKO**

SKRIPSI



Nama: Galih Kusuma Widodo
NIM: 43121010245

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN
REFERENCE GROUP TERHADAP *PURCHASE DECISION*
KOPI NAKO**

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



Nama: Galih Kusuma Widodo
NIM: 43121010245

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

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Galih Kusuma Widodo

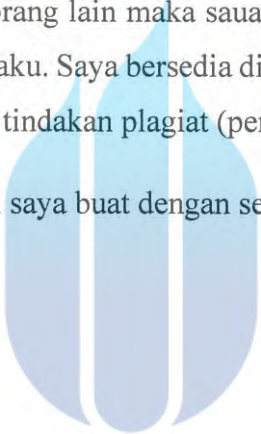
Nim : 43121010245

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa Proposal Skripsi 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.

Jakarta, 16 Mei 2025


UNIVERSITAS
MERCU BUANA


D682DAMX351529942



Galih Kusuma Widodo

NIM : 43121010245

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : GALIH KUSUMA WIDODO
NIM : 43121010245
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH BRAND IMAGE, SOCIAL MEDIA MARKETING DAN
REFERENCE GROUP TERHADAP PURCHASE DECISION KOPI NAKO
Hasil Pengecekan Turnitin : 24%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **24%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 16 July 2025
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

 2025/Jul/16/0000000187/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Galih Kusuma Widodo
NIM : 43121010245
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Social Media Marketing dan Purchase Decision Terhadap Kopi Nako
Tanggal Sidang : 13 Juni 2025

Disahkan oleh

Pembimbing



Febrina Mahliza, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-07255132



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Brand Image*, *Social Media Marketing* dan *Reference Group* terhadap *Purchase Decision* Kopi Nako. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis kausal. Sampel penelitian sebanyak 135 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan teknik analisis deskriptif. Data penelitian diperoleh melalui survey terhadap 138 responden yang merupakan konsumen Kopi Nako. Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand image*, *social media marketing* dan *reference group* menunjukkan bahwa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* Kopi Nako. Temuan ini memberikan rekomendasi bagi Kopi Nako untuk meningkatkan kualitas demi memperkuat kepercayaan pelanggan dan mempertahankan daya saing di pasar yang kompetitif. Penelitian ini juga membuka peluang eksplorasi lebih lanjut terkait faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi *purchase decision* konsumen.

Kata Kunci: *Brand image, Social Media Marketing, Reference Group, Purchase Decision, Kopi Nako*



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Brand image, Social Media Marketing and Reference Group on Purchase Decision Kopi Nako. The type of research used in this study is quantitative and the research method used is a causal analysis method. The sample used was as many as 135 respondents. The sampling method uses purposive sampling. The data analysis method uses Partial Least Square (PLS) with the analysis technique used is descriptive. Research data was obtained through a survey of 138 respondents who are consumers of Kopi Nako. The results of the analysis indicate that brand image, social media marketing, and reference group have a significant positive influence on Kopi Nako's purchase decision. These findings suggest that Kopi Nako should enhance its quality to strengthen customer trust and maintain competitiveness in a competitive market. This research also opens opportunities for further exploration of other factors that may influence consumer purchase decision.

Keywords: *Brand image, Social Media Marketing, Reference Group, Purchase Decision, Kopi Nako*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand image*, *Social Media Marketing* dan *Reference Group* Terhadap *Purchase Decision* Kopi Nako”.

Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penulisan ini, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Febrina Mahliza, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat yang tiada hentinya dan saran-saran beserta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Dr. Janfry Sihite, MSM selaku dosen metodologi penelitian yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai metodologi penelitian pemasaran.
5. Terima kasih kepada kedua Orang Tua saya tercinta dengan kasih sayang yang tak terhingga dan support yang tiada henti dalam memberikan do’a dan motivasi yang telah diberikan selama ini.

6. Terima Kasih kepada dosen-dosen Pengajar dan juga Staff Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sangat baik dalam memberikan pengetahuan dan membantu melayani para mahasiswa.
7. Seluruh Teman-teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2021 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan seluruh impian kita.

Dalam penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini.

Jakarta, 25 Juni 2024

Galih Kusuma Widodo

NIM : 43121010245

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI	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.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan masalah	14
C. Tujuan penelitian.....	14
D. Kontribusi penelitian.....	14
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
A. Kajian Pustaka	16
1. Perilaku Konsumen Dalam Manajemen Pemasaran	16
2. Brand image	18
3. <i>Social Media Marketing</i>	21
4. <i>Reference Group</i>	24
5. <i>Purchase Decision</i>	27
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Hubungan Antar Variabel	34
D. Rerangka Pemikiran.....	36

BAB III.....	39
METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
B. Desain Penelitian.....	39
C. Definisi dan Operasional Variabel	40
D. Skala Pengukuran Variabel.....	45
E. Populasi dan Sampel Penelitian	46
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Metode Analisis	50
1. Analisis Deskriptif	50
2. Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	51
BAB IV	57
HASIL DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
B. Statistis Deskriptif.....	59
1. Deskriptif Responden.....	59
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	60
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	61
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Bulanan ..	63
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Konsumsi Kopi Nako Setiap Bulan.....	64
2. Deskriptif Variabel.....	65
a. Variabel <i>Brand image</i>	66
b. Variabel <i>Social Media Marketing</i>	68
c. Variabel <i>Reference Group</i>	70
d. Variabel <i>Purchase Decision</i>	72
C. Analisis <i>Partial Least Square</i>	73
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	75
a. <i>Convergent Validity</i>	75
b. <i>Discriminant Validity</i>	77

c. <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	79
d. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	80
e. <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	81
f. <i>Uji Collinearity Statistics (VIF)</i>	82
2. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model)	84
a. Nilai R-Square (R^2)	84
b. Nilai Q-Square (Q^2)	85
c. f-Square (f^2)	85
d. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	86
e. <i>T-Statistic (One Tailed)</i>	87
D. Pembahasan Hasil Penelitian	89
1. Pengaruh Brand Image Terhadap Purchase Decision	89
2. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Decision	91
3. Pengaruh Reference Group Terhadap Purchase Decision	93
BAB V PENUTUP	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	96
1. Saran Bagi Perusahaan.	96
2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survei	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian	43
Tabel 3. 2 Instrumen Skala <i>Likert</i>	46
Tabel 4. 1 Kategori Kelas Interval	66
Tabel 4. 2 Frekuensi Skor Jawabn <i>Brand image</i>	67
Tabel 4. 3 Frekuensi Skor Jawabn <i>Social Media Marketing</i>	68
Tabel 4. 4 Frekuensi Skor Jawabn <i>Reference Group</i>	70
Tabel 4. 5 Frekuensi Skor Jawabn <i>Purchase Decision</i>	72
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	76
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i>	77
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross loadings)</i>	78
Tabel 4. 9 Hasil <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	80
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>AVE</i>	80
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	82
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian <i>VIF</i>	83
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian R^2	84
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Q^2	85
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian f^2	86
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis	87

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Volume Produksi Kopi Dunia 2022/2023	2
Gambar 1. 2 Volume Produksi Kopi Indonesia	4
Gambar 1. 3 Volume Konsumsi Kopi Indonesia	5
Gambar 1. 4 Logo Kopi Nako	6
Gambar 1. 5 Grafik Pertumbuhan <i>Outlet</i> Kopi Nako	8
Gambar 2. 1 Rerangka Pemikiran	37
Gambar 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Rentang Usia	60
Gambar 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	61
Gambar 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan	63
Gambar 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Frekuensi Pembelian Kopi Nako	64
Gambar 4. 6 Hasil Pengujian <i>Algorithm</i> PLS	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Survei	108
Lampiran 2 <i>Screenshot</i> Fromulir Pra Survei	110
Lampiran 3 Bukti Hasil Pra Survei	111
Lampiran 4 Kuisisioner Penelitian	113
Lampiran 5 <i>Screenshot</i> Kuisisioner Penelitian	116
Lampiran 6 Bukti Jawaban Responden	128
Lampiran 7 Hasil Uji Partial Least Square	129
Lampiran 8 Bimbingan Skripsi	148

