

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOPI KENANGAN**

(Studi pada Konsumen Kopi Kenangan di Jakarta Barat)

SKRIPSI



Nama : Fakhri Ramadhan Said

NIM : 43121010097

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOPI KENANGAN**

(Studi pada Konsumen Kopi Kenangan di Jakarta Barat)

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



Nama : Fakhri Ramadhan Said

NIM : 43121010097

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fakhri Ramadhan Said

NIM : 43121010097

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa karya tulis ini sepenuhnya adalah hasil kerja saya sendiri. Jika ada kutipan dari karya orang lain, saya akan menyebutkan sumbernya sesuai dengan aturan yang berlaku. Saya siap menerima konsekuensi pembatalan skripsi ini jika terbukti melakukan plagiarisme. Dengan ini, saya membuat pernyataan ini dengan sebenarnya.

Jakarta, 08 Agustus 2025



Fakhri Ramadhan Said
NIM 43121010097

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

	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 : FAKHRI RAMADHAN SAID
NIM : 43121010097
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SOCIAL MEDIA
 MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI
 KENANGAN (Studi pada Konsumen Kopi Kenangan di Jakarta Barat)
Hasil Pengecekan Turnitin : 29%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **29%** 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, 21 August 2025
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

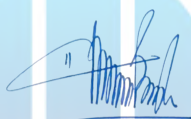
2025/Agustus/21/0000000388/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fakhri Ramadhan Said
NIM : 43121010097
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELOIAN PRODUK KOPI KENANGAN (Studi pada Konsumen Kopi Kenangan di Jakarta Barat)
Tanggal Sidang : 08 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Dewi Murtiningsih, SKH, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-08255471



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

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis dampak kualitas produk, persepsi harga, dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian produk Kopi Kenangan. Penelitian ini dilaksanakan di kalangan konsumen Kopi Kenangan di Jakarta Barat yang melibatkan 220 responden melalui penyebaran survei menggunakan google form. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan pemilihan sampel yang menggunakan teknik *non-probability sampling*, khususnya *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan alat SEM-PLS untuk menguji *respons* dari para responden. Temuan dari penelitian ini mengungkap bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian demikian pula persepsi harga dan *social media marketing* masing-masing juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Persepsi Harga, Social Media Marketing Keputusan Pembelian.*



ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of product quality, price perception, and social media marketing on purchasing decisions for Kopi Kenangan products. This study was conducted among Kopi Kenangan consumers in West Jakarta, involving 220 respondents through a survey distributed using Google Forms. The method used in this study was a quantitative descriptive approach with sample selection using non-probability sampling techniques, specifically purposive sampling. Data analysis was performed using SEM-PLS tools to examine the responses of respondents. The findings of this study reveal that product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions, as well as price perception and social media marketing each also have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Kualitas Produk, Persepsi Harga, Social Media Marketing Keputusan Pembelian.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa tercurahkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan”** (Studi pada konsumen kopi kenangan di jakarta barat), dengan baik. Skripsi ini adalah persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam studi ini, penulis menyadari adanya batasan dan kekurangan dalam penyusunan usulan skripsi ini, baik dari sisi materi maupun cara penyajiannya. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan usulan skripsi ini, khususnya kepada:

- 1) Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
- 2) Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
- 3) Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
- 4) Orang tua tercinta, dan keluarga yang selalu memberikan doa, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moral maupun material.
- 5) Ibu Dr. Dewi Murtiningsih, SKH, MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
- 6) Ibu Dr Rina Astini, M.M.,CPM. selaku ketua Penguji dimana sudah memberikan kritik dan saran serta masukan, semangat, motivasi, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.

- 7) Bapak Dr Adi Nurmahdi, MBA selaku anggota penguji dimana sudah memberikan keritik dan saran serta masukan, semangat, motivasi, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
- 8) Ibu Dr. Tine Yuliantini, S.Par, MM selaku dosen Metodologi Penelitian skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
- 9) Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
- 10) Teman kuliah saya Daffi, Zoel, Erlang, Gibran, Alfi, Ackley, Rico, Hadrian, serta teman-teman lainnya yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis, sebagai manusia biasa, menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran, masukan, dan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Lebih lanjut, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis memohon maaf atas segala kesalahan atau kekurangan dalam tesis ini. Akhir kata, semoga tesis ini bermanfaat dan dapat memperluas wawasan penulis maupun pembaca pada umumnya.

Jakarta, 08 Agustus 2025

Fakhri Ramadhan Said

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	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. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Pustaka	15
1. Manajemen Pemasaran	15
2. Keputusan Pembelian	20
3. Kualitas Produk	24
4. Persepsi Harga	29
5. <i>Social Media Marketing</i>	31
B. Pengembangan Hipotesis	41
C. Kerangka Konseptual	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Waktu dan Tempat Penelitian	46
B. Desain Penelitian	46
C. Definisi dan Operasional Variabel	48

D. Skala Pengukuran Variabel	52
E. Populasi dan Sampel Penelitian	53
1. Populasi	53
2. Sampel	53
F. Metode Pengumpulan Data	54
G. Metode Analisis Data	55
1. Analisis Deskriptif	55
2. Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Gambaran Umum Perusahaan dan Subjek Penelitian	63
1. Objek Penelitian	63
2. Subjek Penelitian	64
B. Deskripsi Variabel	70
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i>	81
D. Pembahasan Hasil Penelitian	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Top Brand Index Kategori Kedai Kopi	3
1.2	Jumlah Gerai Kopi	4
1.3	Hasil Pra Survey	10
2.1	Penelitian Terdahulu	36
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	48
3.2	<i>Skala Likert</i>	53
3.3	<i>Rule Of Thumb</i> Validitas Outer Model Reflektif	57
3.4	<i>Rule Of Thumb</i> Validitas Inner Model Reflektif	58
3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural <i>Inner Model</i>	62
4.1	Seseorang Mengetahui Brand Kopi Kenangan	65
4.2	Responden Berdasarkan Domisili Jakarta Barat	65
4.3	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.4	Responden Berdasarkan Usia	66
4.5	Responden Berdasarkan Pendidikan	67
4.6	Responden Berdasarkan Profesi	68
4.7	Responden Berdasarkan Pendapatan	69
4.8	Kualitas Produk	70
4.9	Persepsi Harga	73
4.10	<i>Social Media Marketing</i>	75
4.11	Keputusan Pembelian	79
4.12	Hasil <i>Convergent Validity</i> Penguji Pertama	83
4.13	Hasil <i>Convergent Validity</i> Penguji Kedua	86
4.14	Hasil Penguji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	87
4.15	Hasil Penguji <i>Convergent Validity</i> (AVE)	89
4.16	Hasil penguji <i>Composite Reliability</i>	90
4.17	Hasil Nilai <i>R-Square</i>	91
4.18	Hasil Penguji <i>Effect Size</i>	92
4.19	Hasil Penguji <i>Q-Square</i>	93
4.20	Hasil Pengujian Hipotesis	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Tingkat Konsumsi Kopi di Jakarta Barat	2
1.2	Top 7 Kopi Lokal Terfavorite	5
2.1	Kerangka Konseptual	43
4.1	Hasil Algoritma Penguji PLS Pertama	82
4.2	Hasil Penguji Convergen validity PLS Kedua	85
4.3	Hasil Pengujian Bootstrapping	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat izin penelitian	113
Lampiran 2	Surat balasan objek penelitian	114
Lampiran 3	Kuisoner	115
Lampiran 4	Screenshoot Googel From Kuisoner	121
Lampiran 5	Hasil Output SPSS3	125

