

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK  
KEMASAN INSTAN LUWAK WHITE KOFFIE DI PANCORAN MAS  
KOTA DEPOK**

**TUGAS AKHIR**

**Ira Rahma Septiyana**  
**(203402516025)**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK  
KEMASAN INSTAN LUWAK WHITE KOFFIE DI PANCORAN MAS  
KOTA DEPOK**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sjana  
Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nasional

Oleh :

**Ira Rahma Septiyana**

**(203402516025)**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK  
KEMASAN INSTAN LUWAK WHITE KOFFIE DI PANCORAN MAS  
KOTA DEPOK**

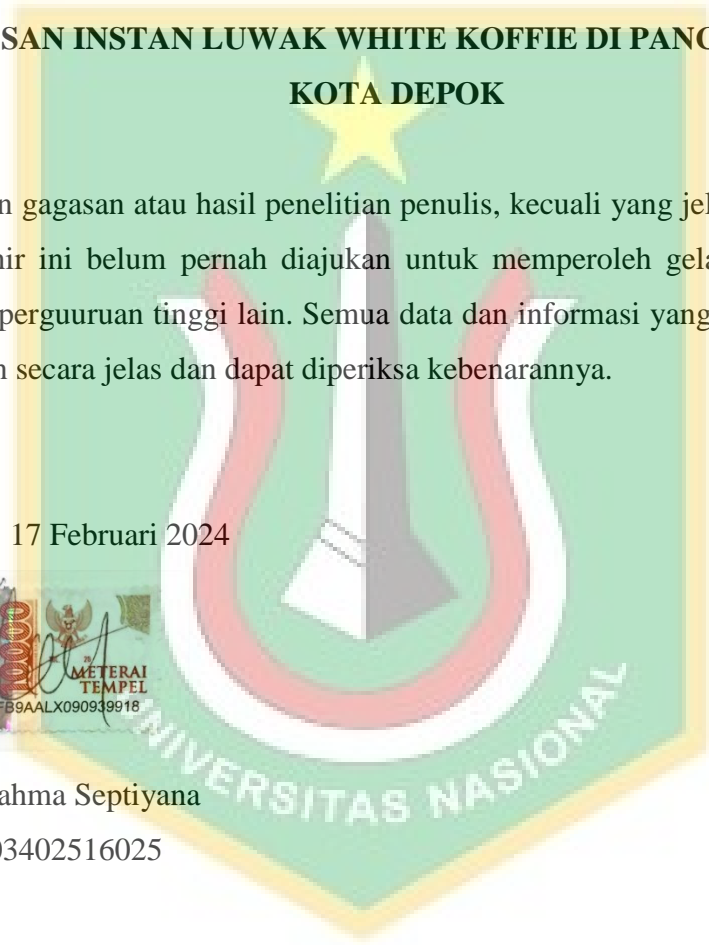
Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 17 Februari 2024



Ira Rahma Septiyana

203402516025



**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK KEMASAN INSTAN LUWAK WHITE KOFFIE DI PANCORAN MAS KOTA DEPOK**

**Nama Mahasiswa : IRA RAHMA SEPTIYANA**

**Nomor Pokok : 203402516025**

**Program Studi : MANAJEMEN**

**Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,**

**(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M)**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Manajemen,**

**(Dr. Resti Hardini, S.E.,M.Si)**

Jakarta, 17 Februari 2024

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK KEMASAN INSTAN LUWAK WHITE KOFFIE DI PANCORAN MAS KOTA DEPOK**

**Nama Mahasiswa : IRA RAHMA SEPTIYANA**

**Nomor Pokok : 203402516025**

**Program Studi : MANAJEMEN**

**Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional**

**Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,**

**(Dr. Drs. Suadi Saptu Putra, M.Si.M)**

**Ketua Penguji,**

**Anggota/Penguji,**

**(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M)**

**(Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.)**

**Mengetahui,  
Dekan,**



**(Prof. Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec.,Ph.D.)**

Jakarta, 17 Februari 2024

Tanggal Lulus: 01 maret 2024

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK KEMASAN INSTAN LUWAK WHITE KOFFIE DI PANCORAN MAS KOTA DEPOK**

Oleh :

Ira Rahma Septiyana

Npm :

203402516025

Tugas akhir dibawah bimbingan Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Data penelitian ini menggunakan data primer dalam bentuk angket kuesioner kepada 100 orang responden. Populasi penelitian ini adalah masyarakat di kecamatan pancoran mas kota depok yang pernah membeli atau mengetahui produk kopi bubuk kemasan instan luwak white koffie dan diolah menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS 26). Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Data dianalisis menggunakan uji instrumen, korelasi regresi linear berganda, uji kelayakan model, dan pengujian hipotesis uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini berarti bahwa apabila ketiga variabel independent mengalami kenaikan maka akan meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk kopi bubuk kemasan instan luwak white koffie di Pancoran Mas Kota Depok.

**Kata kunci : Keputusan Pembelian, Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PERCEIVED PRICE AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS FOR LUWAK WHITE KOFFIE INSTANT PACKAGED GROUND COFFEE IN PANCORAN MAS, DEPOK CITY***

By :

Ira Rahma Septiyana

Npm :

203402516025

*The final assignment under the guidance of Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M*

*This study aims to determine the effect of product quality, price perception and brand image on purchasing decisions. This research data uses primary data in the form of a questionnaire to 100 respondents. The population of this study were people in the Pancoran Mas sub-district of Depok city who had bought or knew luwak white koffie instant packaged ground coffee products and were processed using Statistical Product and Service Solution (SPSS 26). The method in this study uses descriptive analysis and inferential analysis. The data was analyzed using instrument tests, multiple linear regression correlations, model feasibility tests, and t test hypothesis testing.*

*The results of this study indicate that the variables of product quality, price perception and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions, this means that if the three independent variables increase, it will increase purchasing decisions for luwak white koffie instant packaged ground coffee products in Pancoran Mas, Depok City.*

***Keywords: Purchase Decision, Price Perception, Brand Image, Purchase Decision***

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Ira Rahma Septiyana  
Nomor Pokok Mahasiswa : 203402516025  
Tempat, Tanggal Lahir : Depok, 14 September 2002  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Raya Sawangan Rt003/001 No.36 Mampang  
Pancoran Mas Depok  
No. Hp : 089618909634  
Email : [Irasahmas14@gmail.com](mailto:Irasahmas14@gmail.com)

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2007 - 2008 : TK TUNAS MEKAR  
2. 2008 - 2014 : SDN DEPOK BARU 7  
3. 2014 - 2017 : SMP NEGERI 20 DEPOK  
4. 2017 - 2020 : SMK SETIA NEGARA DEPOK  
5. 2020 - 2024 : UNIVERSITAS NASIONAL

Jakarta, 17 Februari 2024



Ira Rahma Septiyana



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan karuna-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Kemasan Instan Luwak White Koffie Di Pancoran Mas Kota Depok”**. Adapun tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kesalahan karena hal itu terwujud atas keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pihak lain pada umumnya. Dalam penyusunan proposal tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak pelajaran, dukungan motivasi, bantuan berupa bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak mulai dari pelaksanaan hingga penyusunan laporan proposal tugas akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis hormati dan kasihi yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan proposal tugas akhir ini, terutama saya ucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Drs. Suadi Saptu Putra, M.Si.M, selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah mengorbankan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan arahan dan membimbing dalam penulisan skripsi serta memotivasi penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

6. Para Dosen dan Seluruh Staff akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Nasional yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
7. Kedua orangtua tercinta (Ibu Suharmini dan Bapak Rochmat) yang telah mencurahkan kasih sayang dan tiada hentinya untuk mendoakan, memotivasi, menasihati serta kesabaran yang begitu besar.
8. Untuk abang dan kakak tercinta, Agung Mulyono, Esty Ratnasari dan Wulan Suciana
9. Untuk sahabat-sahabat saya Lady, Rinjani, Nurul, Anggi dan teman seangkatan seperjuangan di manajemen Andini, Ike, Vina yang senantiasa memberikan dukungan sampai saat ini.
10. Diri saya sendiri, yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan tugas akhir ini. Terimakasih karena selalu berpikir positif ketika keadaan sempat tidak berpihak, dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri, hingga akhirnya diri saya mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan baik dalam segi materi, isi maupun teknik penyajiannya, mengingat kemampuan yang penulis miliki masih terbatas. Sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak senantiasa dengan senang hati penulis harapkan demi kesempurnaan penyusunan tugas akhir kemudian.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 17 Februari 2024



Ira Rahma Septiyana

## DAFTAR ISI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK  
KEMASAN INSTAN LUWAK WHITE KOFFIE DI PANCORAN MAS  
KOTA DEPOK**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK  
KEMASAN INSTAN LUWAK WHITE KOFFIE DI PANCORAN MAS  
KOTA DEPOK**

**LEMBAR PERNYATAAN**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**ABSTRACT**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP ..... i**

**KATA PENGANTAR..... ii**

**DAFTAR ISI..... iv**

**DAFTAR GAMBAR..... vii**

**DAFTAR TABEL ..... viii**

**DAFTAR LAMPIRAN ..... ix**

**BAB I.....1**

**PENDAHULUAN.....1**

**1.1 Latar Belakang .....1**

**1.2 Rumusan Masalah.....5**

**1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....5**

**BAB II .....7**

**TINJAUAN PUSTAKA .....7**

**A. Manajemen Pemasaran .....7**

**B. STP (Segmentasi, Targeting, Positioning).....9**

**C. Bauran Pemasaran .....12**

**D. Perilaku Konsumen.....14**

<b>E. Keputusan Pembelian .....</b>	<b>15</b>
<b>F. Kualitas Produk .....</b>	<b>17</b>
<b>G. Persepsi Harga.....</b>	<b>19</b>
<b>H. Citra Merek .....</b>	<b>22</b>
<b>I. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian .....</b>	<b>24</b>
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
3. Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian .....	25
<b>J. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian .....</b>	<b>26</b>
<b>K. Kerangka Analisis .....</b>	<b>28</b>
<b>L. Hipotesis .....</b>	<b>30</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>30</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
<b>A. Subjek Dan Objek Penelitian.....</b>	<b>30</b>
1. Subjek Penelitian .....	30
2. Objek Penelitian.....	30
<b>B. Jenis dan Kategori Penelitian.....</b>	<b>30</b>
1. Jenis Penelitian.....	30
2. Kategori Penelitian.....	30
<b>C. Data Penelitian .....</b>	<b>31</b>
1. Sumber Data dan Jenis Data .....	31
2. Populasi dan Sampel .....	31
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	33
<b>D. Definisi Operasional.....</b>	<b>33</b>
<b>E. Metode Analisis.....</b>	<b>35</b>
1. Analisa Deskriptif.....	35
2. Analisa Inferensial .....	36
1) Analisa Regresi Linier Berganda.....	36
2) Uji Instrumen .....	37
3) Uji Asumsi Klasik.....	37
4) Uji Kelayakan Permodelan .....	39
3. Koefisien Determinasi $R^2$ .....	39
<b>F. Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>40</b>

<b>BAB IV .....</b>	<b>42</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
<b>A. Hasil Penelitian.....</b>	<b>42</b>
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	42
a. Sejarah Luwak White Koffie.....	42
2. Deskripsi Responden.....	43
a. Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin .....	43
b. Karakteristik Responden Berdasar Jenis Usia.....	44
c. Karakteristik Responden Berdasar Jenis Pekerjaan .....	45
d. Karakteristik Responden Berdasar Jenis Pendapatan .....	47
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian .....	48
a. Deskripsi Persepsi Variabel .....	48
b. Uji Instrumen .....	52
c. Uji Asumsi Klasik.....	55
d. Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
e. Uji Kelayakan Permodelan.....	61
f. Koefisien Determinasi $R^2$ .....	62
g. Uji Hipotesis (Uji t) .....	63
<b>B. Pembahasan .....</b>	<b>65</b>
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	66
<b>BAB V.....</b>	<b>68</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>68</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>68</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Index Kopi Bubuk Instan 2019-2023.....	2
Gambar 2.2 Kerangka Analisis .....	29
Gambar 3.4 Diagram Persentase Profil Responden Berdasar Jenis Kelamin .....	44
Gambar 4.4 Diagram Persentase Profil Responden Berdasar Jenis Usia.....	45
Gambar 5.4 Diagram Persentase Profil Responden Berdasar Jenis Pekerjaan .....	46
Gambar 6.4 Diagram Persentase Profil Responden Berdasar Jenis Pendapatan ..	47
Gambar 7.4 Normal P-P Plot .....	56
Gambar 8.4 Scatterplot.....	59



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kopi Bubuk Instan 2019-2023.....	2
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 4.3 Bobot Nilai Untuk Setiap Jawaban .....	33
Tabel 5.3 Definisi Operasional .....	34
Tabel 6.4 Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin .....	44
Tabel 7.4 Karakteristik Responden Berdasar Jenis Usia .....	45
Tabel 8.4 Karakteristik Responden Berdasar Jenis Pekerjaan .....	46
Tabel 9.4 Karakteristik Responden Berdasar Pendapatan .....	47
Tabel 10.4 Instrumen Skala Likert.....	48
Tabel 11.4 Average Total Mean Kualitas Produk (X1).....	49
Tabel 12.4 Average Total Mean Persepsi Harga (X2).....	50
Tabel 13.4 Average Total Mean (X3).....	51
Tabel 14.4 Average Total Mean Keputusan Pembelian (Y).....	52
Tabel 15.4 Hasil Uji Validitas Variabel (X1), (X2), (X3) dan (Y).....	53
Tabel 16.4 Hasil Uji Reliability Instrumen Tiap-tiap Variabel.....	54
Tabel 17.4 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	55
Tabel 18.4 Output Uji Multikolinearitas .....	57
Tabel 19.4 Output Uji Glejser.....	58
Tabel 20.4 Output Uji Autokorelasi.....	59
Tabel 21.4 Output Regresi Linier Berganda .....	60
Tabel 22.4 Output Uji F .....	62
Tabel 23.4 Output Koefisien Determinasi $R^2$ .....	63
Tabel 24.4 Output Uji Hipotesis (Uji t) .....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuisisioner .....	74
Lampiran 2 Tabel Tabulasi .....	79
Lampiran 3 Output Data SPSS .....	84
Lampiran 4 Konsultasi Bimbingan .....	91
Lampiran 5 Turnitin .....	93

