

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN  
NESCAFE DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Untuk Menyusun Skripsi S-I Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

**ACHMAD HADI DACHLAN**

19012010290/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR**

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN  
NESCAFE DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
UNTUK MENYUSUN SKRIPSI S-1 PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**Diajukan Oleh:**

**ACHMAD HADI DACHLAN**  
**19012010290/FEB/EM**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SURABAYA**

**2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN  
NESCAFE DI SURABAYA**

**Disusun Oleh:**

**ACHMAD HADI DACHLAN**  
**19012010290/FEB/EM**

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 28 Agustus 2023**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Pembimbing.  
Pembimbing Utama**

**Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si.**  
**NIP. 196508141991032001**

**Ugy Soebiantoro SE, MM.**  
**NIP. 196708182021211001**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. CRP.**  
**NIP. 196304201991032001**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

**BAB IKARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap • Achmad Hadi Dachlan  
NPM : 19012010290  
NIK : 3515052107010001  
Tempatnanggal Lahir : Sidoarjo, 21 Juli 2001  
Alamat : Jl. Citarum Bk. 1 1 Wisma Tropodo,  
Waru, Sidoarjo  
Judul Artikel : Pengaruh kualitas produk, persepsi  
harga dan citra merek terhadap  
keputusan pembelian kopi bubuk instan  
Nescafe di Surabaya

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya . .....yang menyatakan,



Achmad Hadi Dachlan

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan Bubuk Nescafe di Surabaya”

Sekalipun peneliti harus mengalami kesulitan, tetapi syukurlah bahwa laporan ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Peneliti menyadari bahwa di dalam penyusunan laporan ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Selesainya kegiatan hingga penyusunan laporan ini tidak lepas dari Bapak Ugy Soebiantoro. SE, MM selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk peneliti. Terimakasih yang tak terhingga peneliti sampaikan.

Pada kesempatan kali ini peneliti juga menyampaikan banyak terimakasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan proposal ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU selaku rektor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
3. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si selaku koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak dan Ibu dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis
5. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan moril serta materil kepada peneliti dalam menyelesaikan laporan skripsi ini
6. Kevin, Luthfi, Mahen, Ralfael, Fikri. Danang, Septi, Lita dan Hidda yang senantiasa menghibur, menyemangati, dan mengingatkan peneliti untuk segera mengerjakan laporan ini.

Akhirnya penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan laporan ini.

Surabaya, 15 Maret 2023

Peneliti

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Kualitas Produk.....	15
2.2.2 Persepsi Harga .....	19
2.2.3 Citra Merek .....	25
2.2.4 Keputusan Pembelian .....	31
2.3 Hubungan antar Variabel.....	37
2.3.1 Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	37
2.3.2 Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	38
2.3.3 Citra Merek dan Keputusan Pembelian .....	38
2.4 Kerangka Konseptual .....	39
2.5 Hipotesis.....	40
BAB III .....	41
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	41
3.1.1 Definisi Operasional .....	41
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	43

3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel .....	44
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.3.1 Jenis Data.....	45
3.3.2 Sumber Data .....	46
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas.....	47
3.4.1 Uji Validitas.....	47
3.4.2 Uji Reabilitas .....	47
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	48
3.5.1 Teknik Analisis .....	48
3.5.2 Cara Kerja PLS .....	49
3.5.3 Langkah-Langkah PLS .....	50
3.5.4 Asumsi PLS .....	57
3.5.5 Ukuran Sampel ( <i>Sample Size</i> ).....	57
BAB IV .....	58
Hasil Dan Pembahasan.....	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	58
4.1.1 Profil Nescafe .....	58
4.2 Karakteristik Responden .....	59
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	60
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian .....	60
4.3.1 Deskripsi Kualitas Produk .....	61
4.3.2 Deskripsi Variabel Persepsi Harga .....	63
4.3.3 Deskripsi Variabel Citra Merek.....	64
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Berlangganan .....	65
4.4 Analisis Data .....	66
4.4.1 Interpretasi Hasil PLS.....	66
4.5 Pembahasan .....	78



4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.5.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	78
4.5.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	79
BAB V.....	80
KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran .....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	83
LAMPIRAN.....	85
LAMPIRAN RESPONDEN .....	88

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4. 3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk .....	61
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga.....	63
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek .....	64
Tabel 4. 6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Berlangganan.....	65
Tabel 4. 7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....	66
Tabel 4. 8 Cross Loading .....	69
Tabel 4. 9 AVE & Composite Reliability .....	70
Tabel 4. 10 Latent Variable Correlations .....	72
Tabel 4. 11 Tabel R-Square .....	74
Tabel 4. 12 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kopi kemasan yang sering dikonsumsi.....	3
Gambar 1.2 Responden Kopi Bubuk Instan Nescafe berdasarkan Kualitas Produk.....	5
Gambar 1.3 Responden Kopi Bubuk Instan Nescafe berdasarkan Persepsi Harga.....	6
Gambar 1.4 Responden kopi bubuk instan Nescafe berdasarkan Citra Merek.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	40
Gambar 3.1 Penilaian Skala <i>Likert</i> .....	44
Gambar 3.2 Langkah-langkah analisis PLS.....	50
Gambar 3.3 Diagram jalur untuk PLS.....	52
Gambar 4.4 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R- Square .....	73
Gambar 4.5 Gambar Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstrapping .....	77

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN  
NESCAFE DI SURABAYA**

**ACHMAD HADI DACHLAN**

**19012010290 / FEB /EM**

**Abstraksi**

Fenomena dari data yang diambil pada website Top Brand Award menunjukkan bahwa kopi bubuk instan Nescafe mengalami penurunan mulai tahun 2021 hingga 2023, hal ini menunjukkan adanya masalah mengenai keputusan pembelian. Berbanding terbalik dengan pesaingnya yaitu Kopi Good Day yang memiliki presentase bagus, yang berarti persaingan merek Nescafe masih kalah dengan pesaingnya.

Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini konsumen yang telah membeli dan mengonsumsi produk kopi bubuk instan Nescafe di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dan menggunakan teknik purposive sampling sebagai teknik untuk menentukan sampel yang digunakan karena tidak semua anggota sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan tujuan dari penelitian. Menurut Hair et al., (2014:77) jumlah ukuran sampel yang layak digunakan untuk Partial Least Square (PLS) dapat diukur dengan jumlah indikator dikali 5 atau ukuran sampel antara 100-200 responden. Dalam hal ini jumlah sampel penelitian ini  $16 \text{ (indikator)} \times 6 = 96$  dan dibulatkan 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner Google form kepada responden dengan skala ordinal melalui skala likert dari rentang skor 1 sampai 5. Data diolah menggunakan teknik analisis data Partial Least Square (PLS).

Berdasarkan perhitungan secara statistik, peneliti mendapati bahwa kualitas produk, persepsi harga dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kopi bubuk instan Nescafe di Surabaya. Dengan diperolehnya hasil dari dilaksanakannya penelitian ini, maka dapat dipaparkan keputusan pembelian (Y) yang dipengaruhi oleh variabel bebas antara lain kualitas produk (X1), persepsi harga (X2) dan citra merek (X3) dengan varian sebesar 84,50 % sedangkan sisanya sebesar 15,50 % di jelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini (selain Kualitas Produk, persepsi harga, dan citra merek).

**Kata kunci :** kualitas produk, perspsi harga, citra merek, keputusan pem belian