

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI PADA STARBUCKS COFFEE SURABAYA)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

FAZA NAILINAJIYAH DARMAYANTI
19012010355/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI PADA STARBUCKS COFFEE SURABAYA)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Jawa Timur Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi
Manajemen



Diajukan Oleh :

FAZA NAILINAJIYAH DARMA YANTI
19012010355/FEB/EM

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

2023

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI PADA STARBUCKS COFFEE SURABAYA)**

Disusun Oleh :

FAZA NAILINAJIYAH DARMAYANTI
19012010355/FEB/EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Tanggal : 28 Agustus 2023

Koordinator Program Studi

Pembimbing Utama

Manajemen


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


Dra. Ec. Siti Aminah, M.M.
NIP. 196107121988032001

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 KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Faza Nailinajiyah Darmayanti
NPM : 19012010355
NIK : 3578185603010001
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 16 Maret 2001
Alamat : Babatan Pratama UU 83 Surabaya
Judul Artikel : *The Influence Of Product Quality, Brand Image, And Price Perception On Purchase Decisions At Starbucks Coffee 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, 28 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Faza Nailinajiyah Darmayanti

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Pengasih yang telah memberikan kesehatan dan rahmatnya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya tidak lupa pula penulis mengucapkan Shalawat serta Salam kepada Junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa Risalahnya kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua. Penelitian ini merupakan kewajiban bagi penulis guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata 1 dan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Adapun judul yang penulis yaitu :

“Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Starbucks coffee Surabaya)”.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya tulus dari hati penulis yang paling dalam kepada seluruh pihak yang senantiasa memberikan doa, nasehat, dukungan serta ilmu kepada penulis tiada henti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun pihak-pihak tersebut sebagai berikut :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT, sebagai Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si sebagai Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra.Ec. Siti Aminah, MM sebagai dosen pembimbing penulis yang telah memberikan banyak arahan maupun bantuan secara tulus dan penuh kesabaran selama penulis menyusun proposal laporan akhir ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran berharga selama penulis menjalani perkuliahan.
6. Kedua orangtua dan keluarga yang telah memberikan doa, perhatian serta dukungan penuh kepada penulis untuk menyelesaikan laporan akhir ini.
7. Sahabatku Elfina, Johana, Della dan Farra yang berbaik hati selalu bersedia mendengarkan keluh kesah penulis, membantu dan memberikan semangat maupun dukungan dalam menyelesaikan laporan akhir ini.

Dalam penulisan usulan penelitian skripsi ini penulis merasa masih banyak kekurangan pada teknis penulisan maupun materi. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Surabaya, 20 Februari 2023

Faza Nailinajiyah Darmayanti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
Daftar Isi.....	iii
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Pengertian Pemasaran	16
2.2.2 Manajemen Pemasaran	17
2.2.3 Macam-macam Konsep Pemasaran	18
2.2.4 Kualitas Produk.....	20
2.2.5 Brand Image.....	22

2.2.6 Persepsi Harga	24
2.2.7 Keputusan Pembelian	27
2.3 Hubungan antar variabel.....	30
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.2 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.1.1 Definisi Operasional	34
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	38
3.2 Teknik Penentuan Sampel	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1 Jenis Data.....	40
3.3.2 Sumber Data	41
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas.....	41
3.4.1 Uji Validitas.....	41

3.4.2 Uji Reabilitas	42
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	42
3.5.1 Teknik Analisis Data	42
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Formatif	44
3.6 Cara Kerja PLS.....	46
3.7 Asumsi PLS.....	53
3.8 Ukuran Sampel	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	54
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian.....	55
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	55
4.2.3 Deskripsi Variabel Brand Image.....	57
4.2.4 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	59
4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	61
4.3 Analisa dan Pengujian Hipotesis	63
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier	63
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	65
4.3.3 Pengujian Hipotesis	73
4.4 Pembahasan	75

4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.4.2 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Indeks.....	9
Tabel 3. 1 Penilaian Skor Pada Kuesioner.....	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 2 Frekuensi Variabel Kualitas Produk	56
Tabel 4. 3 Frekuensi Variabel Brand Image	57
Tabel 4. 4 Frekuensi Variabel Persepsi Harga.....	59
Tabel 4. 5 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4. 6 Uji Outlier	64
Tabel 4. 7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T- Values)	66
Tabel 4. 8 Cross Loading	67
Tabel 4. 9 Average Variance Extracted (AVE)	68
Tabel 4. 10 Composite Reliability	69
Tabel 4. 11 Latent Variable Corelations	70
Tabel 4. 12 R-square	71
Tabel 4. 13 Path Coefficients.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2010-2021	2
Gambar 3. 1 Principal Factor (Reflective) Model.....	45
Gambar 3. 2 Contoh Diagram PLS	48
Gambar 4. 1 Outer Model Dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R- Square	65
Gambar 4. 2 Gambar Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstrapping.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Deskriptif Data Jawaban Responden.....	88
Lampiran 3 Tabel Frekuensi Data Jawaban Responden	89
Lampiran 4 Uji Outlier.....	93
Lampiran 5 Hasil Olah Data PLS.....	94
Lampiran 6 Tabulasi Kuisisioner.....	98

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI PADA STARBUCKS COFFEE SURABAYA)**

Oleh:

Faza Nailinajiyah Darmayanti
19012010355/FEB/EM

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Starbucks Coffee Surabaya)” dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, *brand image*, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada Starbucks Coffee di Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Sampel penelitian berjumlah 98 orang. Penelitian ini mengambil data melalui kuesioner yang telah dibagikan kepada konsumen dengan kriteria telah berumur diatas 17 tahun dan pernah melakukan pembelian pada Starbucks Coffee di Surabaya. Alat analisis yang dipakai pada penelitian ini adalah dengan model Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Saran pertama dari penelitian ini adalah dalam kualitas produk dapat dipertahankan dan ditingkatkan lagi melalui nilai keindahan atau daya tarik di waktu yang akan datang. Kedua, menciptakan kemampuan brand agar mudah diingat oleh pelanggan. Ketiga, menentukan harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian