

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN**

**PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN GOOD DAY**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur)**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**Ardiansyah Ramdhany**

**NPM: 1442010041**

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**2018**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**KOPI BUBUK INSTAN GOOD DAY**  
**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN**  
**“Veteran” Jawa Timur)**

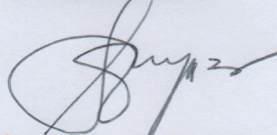
**Disusun Oleh :**

**Ardiansyah Ramdhany**

**1442010041**

**Telah Disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**  
**PEMBIMBING**



**Dra. Sonja Andarini, M.Si**

**NIP 196503261993092001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**



**Dr. Lukman Arif, M.Si**

**NIP. 196411021994031001**

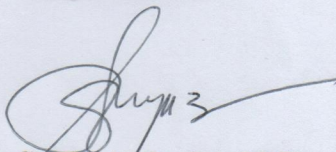
**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI**  
**BUBUK INSTAN GOOD DAY**  
**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**  
**UPN "Veteran" Jawa Timur)**

Disusun Oleh :  
**ARDIANSYAH RAMDHANY**

1442010041

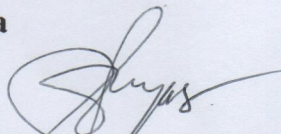
Telah dipertahankan dihadapkan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 30 Mei 2018

**PEMBIMBING**

  
**Dra. Sonja Andarini, M.Si**  
**NIP. 196503261993092001**

**TIM PENGUJI**

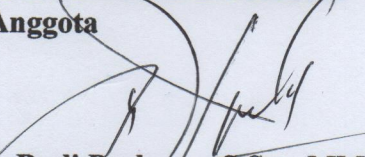
**1. Ketua**

  
**Dra. Sonja Andarini, M.Si**  
**NIP. 196503261993092001**

**2. Sekretaris**

  
**Dra. Siti Ning Farida, M.Si.**  
**NIP. 196407291990032001**

**3. Anggota**

  
**Budi Prabowo, S.Sos, MM**  
**NIP: 19621061988031001**

  
**Mengetahui,**  
**DEKAN**  
  
**Dr. Lukman Arif, M.Si**  
**NIP. 196411021994031001**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya kepada penulis sehingga telah dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan Good Day” (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosisal Dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur).**

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana Administrasi Bisnis. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar dan terwujud tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada bapak **Dra. Sonja Andarini M.Si** selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan petunjuk dan bimbingan sehingga penulisan skripsi ini selesai. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Lukman Arif, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang diberikan kepada penulis.
4. Orang tua dan keluarga yang memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis mulai dari awal kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.
5. Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2014 yang memberikan semangat.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun dalam segi penyusunannya. Untuk itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran dan kritik yang bersifat membangun.

Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih

Surabaya, Mei 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
ABSTRAK .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Praktis .....	9
1.4.2 Teoritis .....	9

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Pemasaran .....	16
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	16
2.2.2 Konsep Pemasaran .....	17
2.2.3 Bauran Pemasaran .....	19
2.3 Perilaku Konsumen .....	20
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	20
2.3.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	22
2.3.3 Model Perilaku Konsumen .....	26
2.4 Keputusan Pembelian .....	29
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	29
2.4.2 Peranan Pembelian .....	31
2.4.3 Proses Keputusan Pembelian .....	32
2.4.4 Faktor Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian .....	35
2.5 Produk .....	36
2.5.1 Atribut Produk .....	37

2.6 Merek .....	38
2.7 Citra Merek .....	39
2.7.1 Pengertian Citra Merek .....	39
2.7.2 Komponen Citra Merek .....	41
2.7.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	41
2.8 Kerangka Berpikir .....	42
2.9 Hipotesis .....	44
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	45
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	46
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	49
3.3.1 Populasi .....	49
3.3.2 Sampel .....	50
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.4.1 Jenis Data .....	53
3.4.2 Sumber Data .....	53



3.4.3 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.5 Analisis Data .....	53
3.5.1 Uji Kualitas Data .....	53
3.5.2 Uji Validitas .....	54
3.5.3 Uji Reliabilitas .....	55
3.5.4 Uji Asumsi Klasik .....	56
3.5.4.1 Multikolinearitas .....	57
3.5.4.2 Heteroskedastisitas .....	57
3.5.4.3 Normalitas .....	58
3.5.4.4 Autokorelasi .....	58
3.6 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis .....	59
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	59
3.6.2 Uji Hipotesis .....	60
 <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data .....	65
4.1.1 Profil Perusahaan .....	65
4.1.2 Visi dan Misi .....	66

4.1.2.1 Visi .....	66
4.1.2.2 Misi .....	66
4.1.3 Penyajian Data .....	67
4.1.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	67
4.1.3.2 Deskripsi Variabel Citra Perusahaan ( $X_1$ ) .....	69
4.1.3.3 Deskripsi Variabel Citra Konsumen ( $X_2$ ) .....	71
4.1.3.4 Deskripsi Variabel Citra Produk ( $X_3$ ) .....	73
4.1.3.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	74
4.2 Uji Kualitas Data.....	76
4.2.1 Uji Validitas .....	76
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	78
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	79
4.2.3.1 Uji Normalitas (Kenormalan Nilai Residu) .....	79
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas .....	81
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	82
4.2.3.4 Uji Autokorelasi .....	84
4.3 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis ...	85

4.3.1 Hasil Analisis Linier Berganda .....	85
4.3.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	87
4.3.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	90
3.4 Pembahasan Hasil Penelitian ... ..	95
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan Good Day pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur .....	95
4.4.2 Pengaruh Citra Perusahaan Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan Good Day pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur .....	96
4.4.3 Pengaruh Citra Konsumen Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan Good Day pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur .....	97
4.4.4 Pengaruh Citra Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan Good Day pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur .....	98
4.5 Perbandingan Hasil Penelitian ... ..	101
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan ... ..	105

5.2 Saran .....	106
-----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen .....	27
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen .....	28
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir .....	42
Gambar 3.1 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F .....	62
Gambar 3.2 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji T .....	64
Gambar 4.1 Diagram Pancar Kenormalan Residu .....	81
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	83
Gambar 4.3 Kurva Uji F .....	89
Gambar 4.4 Kurva Uji t ( $X_1$ ) .....	91
Gambar 4.5 Kurva Uji t ( $X_2$ ) .....	93
Gambar 4.6 Kurva Uji t ( $X_3$ ) .....	94

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Kategori Makanan dan Minuman Segmen Kopi Bubuk Instan Tahun 2017 Fase II .....	3
Tabel 1.2 Top Brand Kategori Makanan dan Minuman Segmen Kopi Bubuk Instan Tahun 2018 Fase I .....	4
Tabel 1.3 Pra Survey .....	5
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur .....	51
Tabel 3.2 Sampel Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur .....	53
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia dan Program Studi .....	67
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Program Studi .....	68
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Perusahaan ( $X_1$ ) .....	69

Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Konsumen ( $X_2$ ) .....	71
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Produk ( $X_3$ ) .....	73
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	74
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Perusahaan ( $X_1$ ) .....	76
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Konsumen ( $X_2$ ) .....	77
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Produk ( $X_3$ ) .....	77
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian(Y).....	78
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	79
Tabel 4.12 One Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	80
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	82
Tabel 4.14 Nilai Durbin Watson .....	84
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	85
Tabel 4.16 Hasil Uji F .....	87
Tabel 4.17 Hasil Uji t .....	90
Tabel 4.18 Perbandingan Hasil Penelitian .....	101

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI  
BUBUK INSTAN GOOD DAY**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran”  
Jawa Timur)**

**Oleh**

**ARDIANSYAH RAMDHANY**

**1442010041**

Prodi Ilmu Administrasi Bisnis, UPNV Jawa Timur

**ABSTRAK**

Dewasa ini kondisi persaingan usaha di Indonesia semakin ketat, saat ini perusahaan berusaha menciptakan inovasi baru atau melakukan pengembangan pada produknya untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Adapun industri yang berkembang saat ini salah satunya adalah kopi bubuk instant. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek yang meliputi citra perusahaan, citra konsumen dan citra produk terhadap keputusan pembelian kopi Good Day pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur. Sampel penelitian ini sebanyak 96 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan *proportionate stratified random sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil analisis dari regresi linier berganda maka dapat diketahui bahwa secara simultan variabel bebas yang diteliti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, variabel citra konsumen memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, sedangkan variabel citra produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Citra Perusahaan, Citra Konsumen, Citra Produk, Keputusan Pembelian*

**THE INFLUENCE OF THE BRAND IMAGE OF THE PURCHASE  
INSTANT GROUND COFFEE GOOD DAY (a case study On students of the  
Faculty of Social Sciences and Political Sciences UPN "Veteran" of East  
Java)**

**By**

**ARDIANSYAH RAMDHANY**

**1442010041**

**Science Business Administration, UPNV Of East Java**

**ABSTRACT**

*Nowadays conditions of competition efforts in Indonesia are getting tight, the company currently trying create new innovations or develop on its products can influence the purchasing decisions of consumers. As for the growing industry of the current one is instant coffee powder. This research aims to know the influence of the image of the brand that includes the company's image, imagery and imagery products consumers against purchasing decision coffee Good Day on student, Faculty of social and political sciences UPN "Veteran" of East Java. The sample of this research as much as 96 respondents. Sample withdrawal technique using proportionate stratified random sampling. Methods of data analysis used is quantitative analysis, namely, test validity, reliability test, test the assumptions of classical, linear regression analysis of multiple test, F and t-test.*

*Based on the results of the analysis of the multiple linear regression then it can be known that free variables are simultaneously examined have significant influence towards purchasing decisions. Partially pointed out that variable corporate image has no significant influence on the buying decision variables against, variable image consumers have a negative influence and significantly to a variable purchase decisions, while product image variables have significant effects against the variable purchase decisions.*

*Keywords: Corporate Image, User Image, The Image Of The Product, Consumer Purchase Decisions*