

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN
INDOCAFE
(Studi Pada Sakinah Supermarket Surabaya)**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

SEPTIAN DWI PRAYOGA
NPM. 1612010160

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

2020

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN
INDOCAFE
(Studi Pada Sakinah Supermarket Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



Disusun Oleh :

SEPTIAN DWI PRAYOGA
NPM. 1612010160

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

2020

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN
INDOCAFE**

(Studi Pada Sakinah Supermarket Surabaya)

Oleh:

SEPTIAN DWI PRAYOGA
1612010160 / FEB / EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh
Tim Penguji Progdil Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 9 Juni 2020**

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


Sulastris Irbayuni, SE,MM
NIP.196206161989032001

**Pembimbing,
Pembimbing Utama**


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

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


Prof. Dr. Syamsul Huda, SE,MT
NIP.195908281990031001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunianya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Dengan judul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN INDOCAFE DI SAKINAH SUPERMARKET SURABAYA”

Skripsi ini diajukan dalam rangka melengkapi persyaratan yang harus dilengkapi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Progdil Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan penelitian ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis dengan segala hormat menghaturkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur.
3. Ibu Dra, Ec, Sulastri Irbayuni, M.M. Selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Siti Aminah, M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, dan saran yang sangat berharga serta kesabaran dan perhatiannya dalam penulisan penelitian ini.

5. Kedua orang tua tercinta serta kakak penulis, Ayah saya Dardak, Ibu saya Khoiriyah dan Kakak saya Eko F Amar, yang selalu memberikan dukungan dan bantuan positif baik secara moril maupun materil dalam kegiatan magang ini.
6. Kekasih saya Pradnya yang selalu setia menemani dan mendukung saya dalam menyusun dan menyelesaikan Skripsi.
7. Sahabat penulis Rendika, Randy, Redika, Suwito, Munir, Esa, Syilvi serta teman-teman penulis yang telah memberi masukan dan support untuk menyelesaikan Skripsi.
8. Teman-teman Program Studi Manajemen angkatan 2016 yang juga memberikan semangat dan dukungan dalam pembuatan Skripsi ini.
9. Serta banyak pihak lain yang telah membantu penulis yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar penulis dapat belajar lebih baik lagi.

Surabaya, 13 Mei 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1 Pemasaran.....	11
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	12
2.2.3 Kualitas Produk	14
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.2.3.2 Indikator Kualitas Produk.....	15
2.2.4 Persepsi Harga	15
2.2.4.1 Pengertian Persepsi Harga	15
2.2.4.2 Indikator Persepsi Harga.....	17

2.2.5	Keputusan Pembelian.....	17
2.2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.2.5.2	Tahapan Keputusan Pembelian	20
2.3.	Hubungan Kausalitas Antar Variabel.....	24
2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.4.	Kerangka Konseptual	26
2.5.	Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		27
3.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.1.1	Definisi Operasional Variabel	27
3.1.2	Variabel Penelitian.....	27
3.1.2.1	Variabel Independen.....	27
3.1.2.2	Variabel Dependen	29
3.1.3	Pengukuran Variabel.....	31
3.2.	Populasi dan Sampel.....	32
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.1	Jenis Data	33
3.3.2	Sumber Data	34
3.3.3	Pengumpulan Data	34
3.4.	Uji Validasi dan Reliabilitas	35

3.4.1	Uji Validitas.....	35
3.4.2	Uji Reliabilitas	35
3.5.	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	36
3.5.1	Teknik Analisis Data.....	36
3.5.2	Cara Kerja PLS	37
3.5.3	Model Spesifikasi PLS	38
3.5.4	Kegunaan PLS	38
3.5.5	Langkah-Langkah PLS.....	39
3.5.6	Asumsi PLS	45
3.5.7	Ukuran PLS	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	47
4.1.1	Gambaran Perusahaan	47
4.2.	Deskripsi Penelitian.....	49
4.2.1	Karakteristik Responden	49
4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.2.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.2	Deskripsi Hasil Penelitian	51
4.2.2.1	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk.....	51
4.2.2.2	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Persepsi Harga	53
4.2.2.3	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian	55

4.3.	Analisis Data	57
4.3.1	Evaluasi Outlier	57
4.3.2	Interprestasi Hasil PLS.....	58
4.3.2.1	Pengujian Model Pengukuran (Outlier Model).....	58
4.3.2.2	Analisis Model PLS.....	63
4.3.2.3	Evaluasi Pengujian Struktural Model (Inner Model)	64
4.4.	Pembahasan Penelitian	67
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.4.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
BAB V	Kesimpulan Dan Saran	69
5.1.	Kesimpulan	70
5.2.	Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indeks Indocafe.....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Indocafe	4
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	51
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga	53
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.6 Uji <i>Outlier</i>	58
<i>Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)</i>	59
<i>Tabel 4.8 Cross Loadings</i>	60
<i>Tabel 4.9 Average Variance Extracted (AVE)</i>	61
<i>Tabel 4.10 Composite Reliability</i>	62
<i>Tabel 4.11 Latent Variable Correlations</i>	62
<i>Tabel 4.12 R-Square</i>	64
<i>Tabel 4.13 Outer Weight (Mean, STDEV, T-Values)</i>	65
<i>Tabel 4.14 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian.....	21
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 3.1 Langkah-Langkah Menjalankan PLS.....	39
Gambar 3.2 Model Kontruksi Diagram Jalur	41
Gambar 4.1 Outer Model Dengan <i>factor loading</i> , <i>Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i>	63
Gambar 4.2 Inner Model dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstraping</i>	67

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN INDOCAFE (Studi Kasus Pada Sakinah Supermarket Surabaya)

OLEH :

Septian Dwi Prayoga

1612010160/FEB/EM

Masyarakat Indonesia gemar mengkonsumsi kopi, sehingga kebutuhan kopi relatif banyak. Dengan banyaknya kebutuhan kopi masyarakat Indonesia menimbulkan banyak produsen kopi bermunculan. Produsen kopi harus dapat bersaing dengan produsen kopi lain agar dapat mempertahankan produknya. Hal ini dapat dilakukan perusahaan sebagai produsen dengan cara memproduksi kopi berkualitas baik dan membuat persepsi harga yang baik terhadap setiap produknya, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini yakni mengetahui pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian kopi bubuk instan Indocafe.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengunjung Sakinah Supermarket Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 45 responden. Data yang digunakan yakni data primer dan data sekunder. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan Teknik *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi bubuk instan Indocafe di Sakinah Supermarket.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.