

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI KENANGAN
CABANG BG JUNCTION MALL SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :
RIZKI MALIK DZULFAKAR
NPM : 17024010029

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2024**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI KENANGAN
CABANG BG JUNCTION MALL SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

RIZKI MALIK DZULFAKAR
NPM : 17024010029

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2024**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI KENANGAN
CABANG BG JUNCTION MALL SURABAYA
LEMBAR PENGESAHAN**

Diajukan oleh:

RIZKI MALIK DZULFAKAR
NPM: 17024010029

Telah disetujui oleh:


Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Nisa Hafi Idhoh Fitriana, S.P., M.P.
NIP. 199601212022032012


Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si.
NIP. 196012271991032001

Mengetahui,
Koordinator
Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Nufiah Yulianti, M.P.
NIP. 196207121991032001

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI KENANGAN
CABANG BG JUNCTION MALL SURABAYA**

Oleh:

RIZKI MALIK DZULFAKAR
NPM: 17024010029

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Rabu, 31 Juli 2024

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Nisa Hafi Idhoh Fitriana, S.P., M.P.
NIP. 199601212022032012


Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si.
NIP. 196012271991032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P.
NIP. 196312081990032001


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P.
NIP. 196207121991032001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul: Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kenangan Cabang BG Junction Mall Surabaya menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 31 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan,



RIZKI MALIK DZULFAKAR
NPM 17024010029

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kenangan Cabang BG Junction Mall Surabaya”**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional (UPN) “Veteran Jawa Timur.

Penyelesaian skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Sebagai bentuk rasa syukur penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Keluarga yang telah memberikan motivasi yang berupa moril ataupun materil.
2. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P. selaku Dekan Fakultas UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P. selaku Koordinator Program Studi Agribisnis S1 Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si. selaku dosen pembimbing utama.
5. Nisa Hafi Idhoh Fitriana, M.P. selaku dosen pembimbing pendamping.
6. Seluruh dosen dan tenaga pengajar di Program Studi Agribisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
7. Teman-teman satu angkatan yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan menjadi motivasi agar skripsi ini terselesaikan dengan cepat dan tepat.
8. Semua pihak yang telah membantu baik selama pelaksanaan ataupun penulisan penelitian yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, Juli 2024

Penulis

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI KENANGAN
CABANG BG JUNCTION MALL SURABAYA**

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE & SERVICE QUALITY
TOWARD PURCHASING DECISION PRODUCT OF KENANGAN COFFEE
BG JUNCTION MALL SURABAYA BRANCH

Rizki Malik Dzulfakar, Hamidah Hendrarini, Nisa Hafi Idhoh Fitriana

ABSTRAK

Bisnis di bidang makanan dan minuman pada masa sekarang semakin meningkat menyebabkan para pebisnis berusaha untuk selalu melakukan inovasi baru dan pelayanan terbaik kepada konsumen agar produknya semakin disukai. Salah satu jenis bisnis yang saat ini masih menjadi tren adalah kedai kopi. Semakin banyaknya kedai kopi bermunculan menyebabkan persaingan bisnis termasuk di dalam mall. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Kopi Kenangan cabang BG Junction Surabaya baik secara parsial maupun simultan. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Variabel citra merek dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kopi Kenangan. Secara simultan, variabel citra merek dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kopi Kenangan.

Kata kunci: Kopi; Citra Merek; Kualitas Pelayanan; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Business in the food and beverage sector is currently increasing, causing business people to always try to carry out new innovations and provide the best service to consumers so that their products are increasingly popular. One type of business that is currently still trending is a coffee shop. The increasing number of coffee shops popping up has caused business competition, including in malls. This research aims to analyze the influence of brand image and service quality on purchasing decisions for products of Kopi Kenangan at the BG Junction Surabaya, both partially and simultaneously. The sampling technique was carried out by accidental sampling with a total of 100 respondents. The data analysis method used is descriptive analysis and multiple linear regression. The variables of brand image and service quality partially have a positive and significant effect on purchasing decisions for products of Kopi Kenangan. Simultaneously, the brand image and service quality variables partially have a positive and significant effect on purchasing decisions for Kopi Kenangan products.

Keywords: Coffee; Brand Image; Service Quality; Purchasing Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori.....	17
2.2.1. Kopi	17
2.2.2. Kedai Kopi (<i>Coffee Shop</i>)	21
2.2.3. Perilaku Konsumen	22
2.2.4. Citra Merek.....	26
2.2.5. Kualitas Pelayanan	28
2.2.6. Keputusan Pembelian	30
2.3. Kerangka Pemikiran.....	34

2.4. Hipotesis.....	37
III. METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	38
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4. Populasi dan Sampel.....	41
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	42
3.6. Metode Analisis Data.....	46
3.6.1. Analisis Deskriptif.....	47
3.6.2. Uji Kelayakan Data.....	47
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	48
3.6.4. Uji Hipotesis.....	49
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Karakteristik Responden.....	53
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Metode Pembelian.....	55
4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Rekomendasi.....	56
4.2. Hasil Analisis Deskriptif.....	57
4.2.1. Deskriptif Variabel Citra Merek.....	58
4.2.2. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	59
4.2.3. Deskriptif Keputusan Pembelian.....	61

4.3. Hasil Uji Kelayakan Data	62
4.3.1. Uji Validitas.....	62
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	64
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	65
4.4.1. Uji Normalitas	65
4.4.2. Uji Multikolinearitas	65
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas	66
4.5. Hasil Uji Hipotesis	66
4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4.5.2. Koefisien Determinasi (R ²).....	68
4.5.3. Uji t.....	69
4.5.4. Uji F.....	71
4.6. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.7. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian...	75
V. SIMPULAN DAN SARAN	78
5.1. Simpulan.....	78
5.2. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1.	Perkembangan Jumlah Konsumsi Kopi di Indonesia.....	1
1.2.	Jumlah Kedai Kopi Kenangan di Jawa Timur	3
1.3.	Top Brand Index Kedai Kopi 2023 – 2024.....	4
3.1.	Skala Likert	40
3.2.	Definisi Operasional Variabel.....	43
4.1.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.3.	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.4.	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
4.5.	Distribusi Responden Berdasarkan Metode Pembelian	55
4.6.	Distribusi Responden Berdasarkan Sumber Rekomendasi	56
4.7.	Skala Kriteria Distribusi Variabel.....	57
4.8.	Analisis Deskriptif Citra Merek.....	58
4.9.	Distribusi Pendapat Responden Variabel Citra Merek	59
4.10.	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	59
4.11.	Distribusi Pendapat Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	60
4.12.	Distribusi Pendapat Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	61
4.13.	Distribusi Pendapat Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	62
4.14.	Hasil Uji Validitas.....	62
4.15.	Hasil Uji Reliabilitas	64
4.16.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
4.17.	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	67

4.18. Nilai <i>R-square</i>	68
4.19. Hasil uji t.....	71
4.20. Hasil uji F.....	73

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
2.1.	Perbedaan Bentuk Biji Kopi.....	21
2.2.	Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	30
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	36
4.1.	Grafik P-Plot	65
4.2.	Diagram Scatterplot	66
4.3.	Tabel t.....	70
4.4.	Tabel F	73

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuesioner	83
2.	Tabulasi Data Kuesioner	90
3.	<i>Output</i> Validitas dan Reliabilitas Citra Merek.....	95
4.	<i>Output</i> Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan	96
5.	<i>Output</i> Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan	97
6.	<i>Output</i> Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian	98
7.	<i>Output</i> Uji Normalitas.....	99
8.	<i>Output</i> Uji Multikolinearitas	100
9.	<i>Output</i> Uji Heteroskedastisitas.....	100
10.	<i>Output</i> Koefisien Determinasi R^2	100
11.	<i>Output</i> Uji t	100
12.	<i>Output</i> Uji F	101