

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN BRAND IMAGE,
FASILITAS, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN**

COFFEE SHOP CONVO DI KABUPATEN JOMBANG

SKRIPSI



OLEH:

RANGGA DWI DARMAWAN

NPM. 21042010141

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWATIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN BRAND IMAGE,
FASILITAS, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN PADA COFFEE
SHOP CONVO DI JOMBANG**

Disusun Oleh :

Rangga Dwi Darmawan
NPM. 21042010141

**Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi
Menyetujui,**

PEMBIMBING UTAMA


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN BRAND IMAGE,
FASILITAS, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN PADA COFFEE
SHOP CONVO DI JOMBANG**

Disusun Oleh :

RANGGA DWI DARMAWAN
21042010141

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 9 Mei 2025
Menyetujui:

PEMBIMBING UTAMA


Dr. Jojok Dwridotjahjono, S.Sos, M.Si
NIP. 197011012021211004

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NPT. 21119771204337

2. Sekretaris


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 19640729199032001

3. Anggota


Dr. Jojok Dwridotjahjono, S.Sos, M.Si
NIP. 197011012021211004

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rangga Dwi Darmawan
NPM : 21042010141
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir (~~Skripsi~~) Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemuan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 15 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



Nama Rangga Dwi Darmawan
NPM. 21042010141sp

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, fasilitas, harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* Convo di Kabupaten Jombang. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *brand image*, fasilitas, harga, kualitas produk, dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* Convo di Kabupaten Jombang. Variabel *brand image*, fasilitas, kualitas produk, dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* Convo di Kabupaten Jombang.

Kata Kunci: *brand image*, fasilitas, harga, kualitas produk, kualitas layanan, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, facilities, price, product quality, and service quality on purchasing decisions at Convo coffee shop in Jombang Regency. This type of research is associative research with a quantitative approach. The sampling technique in this study is nonprobability sampling with purposive sampling method and data analysis using multiple linear regression analysis. The results of data analysis show that brand image, facilities, price, product quality, and service quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions at Convo coffee shop in Jombang Regency. The variables brand image, facilities, product quality, and service quality partially have a significant effect on purchasing decisions, while the price variable does not have a significant effect on purchasing decisions at Convo coffee shop in Jombang Regency.

Keywords: brand image, facilities, price, product quality, service quality, purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Keputusan Pembelian Berdasarkan Brand Image, Fasilitas, Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Coffee Shop Convo Di Kabupaten Jombang”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik, UPN "Veteran" Jawa Timur, Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Dr. Acep Samsudin, S.Sos, M.A, M.M, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Dr. Jajok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing, atas segala bimbingan, saran, dan motivasi yang telah diberikan.
5. Semua dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu

Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan dukungan kepada penulis.

6. Ibu Suliyani, alm. Bapak Hariyono, serta keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, motivasi, dan dukungan terbaik serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Muhammad Hisyam Ali yang telah memberikan dukungan sepenuh hati, pemikiran, serta segala perhatian untuk kebaikan dan kebahagiaan penulis. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan semangat selama penulisan proposal skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan Administrasi Bisnis 2020 yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang selalu saling memberi dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk penyempurnaan proposal skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat sebagai sumber pengetahuan dan referensi bagi semua pihak yang terlibat.

Surabaya, 14 April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
ABSTRAK	III
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori.....	23
2.2.1 Pemasaran	23
2.2.2 <i>Brand Image</i>	30
2.2.3 Fasilitas	34
2.2.4 Harga	36
2.2.5 Kualitas Produk.....	39
2.2.6 Kualitas Layanan.....	42
2.2.7 Keputusan Pembelian.....	45
2.3 Hubungan Antar Variabel	48

2.3.1	Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	48
2.3.2	Hubungan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian	49
2.3.3	Hubungan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	49
2.3.4	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
2.3.5	Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	51
2.4	Kerangka Berpikir	52
2.5	Hipotesis Penelitian.....	52
BAB III METODE PENELITIAN.....		54
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	54
3.2	Definisi Operasional dan1Pengukuran Variabel	55
3.2.1	Definisi Operasional.....	55
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	66
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik PenarikanSampel	67
3.3.1	Populasi	67
3.3.2	Sampel.....	67
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	69
3.4	Jenis, Sumber dan teknik Pengumpulan Data	70
3.4.1	Jenis Data	70
3.4.2	Sumber Data.....	70
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data	70
3.5	Teknik Analisis Data.....	72
3.5.1	Uji Instrumen	73
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	74
3.5.3	Analisis Linear Regresi Berganda.....	77
3.5.4	Uji Hipotesis	79

3.6	Jadwal Penelitian.....	81
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		82
4.1	Hasil	82
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	82
4.1.1.1	Gambaran Umum Coffee Convo	82
4.1.2	Penyajian Data	86
4.1.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	86
1.	Karateristik Berdasarkan Jenis Kelamin	87
4.1.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	89
4.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	111
4.1.4	Analisis Regresi Linier Berganda	117
4.1.5	Uji Koefisien Determinasi	119
4.1.6	Uji Simultan (Uji F)	119
4.1.7	Uji Parsial (Uji t).....	120
4.2	Pembahasan.....	122
4.2.1	Pengaruh Simultan	122
4.2.2	Pengaruh Parsial.....	123
4.2.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ...	123
4.2.4	Pengaruh Fasilitas (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	125
4.2.5	Pengaruh Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	127
4.2.6	Pengaruh Kualitas Produk (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	129
4.2.7	Pengaruh Kualitas Layanan (X5) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	131
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		134

6. Kesimpulan	134
7. Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN.....	141

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Proporsi Pelanggan dalam Memilih Coffee Shop.....	3
Tabel 1. 2 Volume penjualan produk per 2 hari pada coffee shop Convo Jombang .	7
Tabel 3. 1 Skala Likert	67
Tabel 4. 1 Jadwal Penelitian.....	81
Tabel 4. 2 Uji Validitas	109
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas	111
Tabel 4. 4 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	112
Tabel 4. 5 Uji Multikolinearitas	114
Tabel 4. 6 Uji Autokorelasi.....	116
Tabel 4. 7 Uji Regresi Linier Berganda	117
Tabel 4. 8 Uji Koefisien Determinasi	119
Tabel 4. 9 Uji Simultan (Uji F)	119
Tabel 4. 10 Uji Parsial (Uji t).....	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	52
Gambar 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
Gambar 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	87
Gambar 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status	88
Gambar 4. 5 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	113
Gambar 4. 6 Uji Normalitas Histogram Reggression Standardized Residual	113
Gambar 4. 7 Uji Heteroskedastisitas	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuisisioner	141
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Kuisisioner Responden	155
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden terhadap Kuesisioner Penelitian	158
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	176
Lampiran 5 Hasil Uji Reliability Statistics	179
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	179
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas Residual Standard Regression	180
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas Sampel Kolmogorov-Smirnov Test	180
Lampiran 9 Uji Multikolinearitas.....	181
Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	181
Lampiran 11 Hasil Uji Autokorelasi	182
Lampiran 12 Hasil Uji R-Square.....	182
Lampiran 13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	182
Lampiran 14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	183
Lampiran 15 Dokumentasi Hasil Wawancara dengan Narasumber	184
Lampiran 16 Dokumentasi Hasil Pengisian Kuisisioner dengan Customer Coffee Convo.....	185