

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI SEJUTA JIWA
SURABAYA MELALUI *BRAND TRUST***

SKRIPSI



Oleh:

AMANDA PUTRI DESYNTA
NPM : 21024010016

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2026**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI SEJUTA Jiwa
SURABAYA MELALUI *BRAND TRUST***

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Oleh:
AMANDA PUTRI DESYNTA
NPM : 21024010016

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2026**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI SEJUTA JIWA
SURABAYA MELALUI BRAND TRUST**

Oleh:

AMANDA PUTRI DESYNTA

NPM. 21024010016

Telah diterima pada tanggal:

04 Agustus 2026

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Utama

Dr. Ir. Taufik Setyadi, M.P.
NPT. 20119660830250

Pembimbing Pendamping

Fatchur Rozzi, S. Agr., M. Agr.
NIP. 19950607 202203 1010

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis

Dr. Ir. Nuriah Yulianti, M.P.
NIP. 19620712 199103 2001

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI SEJUTA JIWA SURABAYA MELALUI *BRAND TRUST*

Oleh:

AMANDA PUTRI DESYNTA

NPM. 21024010016

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Selasa, 04 Agustus 2026.

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Taufik Setvadi, M.P.

NPT. 20119660830250

Pembimbing Pendamping



Fatchur Rozci, S. Agr., M. Agr.

NIP. 19950607 202203 1010

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Wanti Mindati, M.P.

NIP. 196312081990032001

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yulianti, M.P.

NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amanda Putri Desynta

NPM : 21024010016

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir Skripsi 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 ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi 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, 04 Agustus 2026
Yang Memberi Pernyataan



Amanda Putri Desynta
NPM. 21024010016

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas limpahan rahmat dan petunjuk-Nya karena berkat rahmat-NYA, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Sejuta Jiwa Surabaya Melalui *Brand Trust*”. Laporan penelitian skripsi ini dipersiapkan sebagai komponen wajib dalam upaya mencapai gelar sarjana pertanian pada tingkat Strata-1 di dalam program studi Agribisnis yang diselenggarakan oleh Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya.

Penulis dengan penuh kesadaran mengakui bahwa penyusunan skripsi ini merupakan hasil dari bantuan berbagai pihak yang sangat berarti. Pertama-tama, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Dr. Ir. Taufik Setyadi, MP yang telah bersedia menjadi Dosen Pembimbing Utama dalam proses penyusunan proposal skripsi ini. Beliau telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan kritik, saran, motivasi, serta arahan yang sangat berharga bagi penulis dalam menjalani seluruh tahapan pengerjaan skripsi. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Fatchur Rozci, S. Agr., M. Agr. sebagai Dosen Pembimbing Pendamping juga senantiasa Dengan kata lain, *brand trust* membantu mengurangi rasa ragu, kekhawatiran, dan ketidakpastian yang biasanya muncul ketika seseorang ingin mencoba atau membeli suatu produk. Kepercayaan terhadap merek membuat konsumen merasa lebih yakin bahwa produk yang dipilih akan memberikan kualitas, manfaat, dan kinerja yang sesuai dengan harapan mereka. Selanjutnya, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada sejumlah individu yang turut berperan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, M.M. selaku Ketua Jurusan Agribisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang tua, Saudara, dan Keluarga yang telah memberikan semangat dan do’a kepada penulis. Dukungan ini menjadi sumber semangat yang mendorong perkembangan perjalanan akademik saya yang menjadi pendorong utama dalam menghadapi setiap tantangan.
5. Demikian juga dengan teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan moral, inspirasi, dan keceriaan di setiap penyelesaian proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat ruang untuk perbaikan dan peningkatan. Penulis sangat mengharapkan masukan, saran, dan kritik yang dapat meningkatkan kualitas skripsi ini. Dengan demikian, laporan skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat dalam konteks pendidikan serta dapat dijadikan dasar untuk pengembangan lebih lanjut di masa yang akan datang.

Surabaya, Agustus 2026

Penulis

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI SEJUTA JIWA
SURABAYA MELALUI *BRAND TRUST***

*THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON
PURCHASE DECISIONS OF KOPI SEJUTA JIWA SURABAYA THROUGH
BRAND TRUST*

Amanda Putri Desynta, Taufik Setyadi, Fatchur Rozci

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dampak kualitas layanan dan produk terhadap keputusan pembelian, dengan mempertimbangkan kepercayaan merek sebagai mediator di antara konsumen Kopi Sejuta Jiwa di Surabaya. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan populasi yang terdiri dari pembeli Kopi Sejuta Jiwa di Surabaya. Sampel penelitian terdiri dari total 100 responden yang dipilih melalui accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan selanjutnya dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM), termasuk pengujian model pengukuran dan model struktural, serta proses bootstrapping menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini menemukan bahwa layanan yang baik membuat konsumen lebih cenderung membeli suatu produk. Kualitas produk juga memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, layanan yang memuaskan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek. Kepercayaan merek secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian dan berfungsi sebagai mediator dalam hubungan yang menghubungkan kualitas layanan dengan perilaku pembelian, sedangkan kualitas produk tidak secara signifikan memengaruhi kepercayaan merek, dan kepercayaan merek tidak berperan sebagai mediator antara kualitas produk dan keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa *brand trust* bukan merupakan satu-satunya faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Kopi Sejuta Jiwa Surabaya. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal maupun internal konsumen, seperti kualitas produk, kualitas layanan, harga yang ditawarkan, aktivitas promosi, kemudahan akses, pengalaman konsumsi, serta preferensi pribadi, sehingga faktor-faktor tersebut perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata Kunci: Kualitas layanan, kualitas produk, kepercayaan merek, keputusan pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study is to explore the impact of service and product quality on purchasing decisions, considering brand trust as a mediator among Kopi Sejuta Jiwa consumers in Surabaya. The approach used is quantitative with a population consisting of Kopi Sejuta Jiwa buyers in Surabaya. The research sample consisted a total of 100 respondents were chosen through accidental sampling. Data collection was conducted via questionnaires and subsequently analyzed using Structural Equation Modeling (SEM), including testing measurement models and structural models, and a bootstrapping process using SmartPLS 4.0 software. Based on the results of data analysis, this study found that good service makes consumers more likely to buy a product. Product quality also influences purchasing decisions. In addition, satisfactory service increases consumer trust in the brand. Brand trust significantly influences purchasing decisions and functions as a mediator in the relationship connecting service quality with purchasing behavior, while product quality does not significantly impact it influence brand trust, and brand trust does not play a mediating role between product quality and purchasing decisions. These findings indicate that brand trust is not the sole factor influencing consumer purchasing decisions at Kopi Sejuta Jiwa Surabaya. Purchasing decisions are also shaped by various external and internal factors such as product quality, service quality, pricing, promotional activities, accessibility, consumption experience, and personal preferences which the company needs to consider when formulating more effective marketing strategies.

Keywords: Service quality, product quality, brand trust, purchase decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
II. TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Landasan Teori	27
2.2.1 Bauran Pemasaran	28
2.2.2 Kualitas Layanan	33
2.2.3 Kualitas Produk	36
2.2.4 Keputusan Pembelian	39
2.2.5 Kepercayaan Merek atau <i>Brand Trust</i>	44
2.2.6 Hubungan Antar Variabel	47

2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	52
III. METODE PENELITIAN	56
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	56
3.2 Metode Penentuan Lokasi	56
3.3 Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel.....	57
3.4 Metode Pengumpulan Data	58
3.5 Metode Analisis Data	60
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	64
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.1.1 Sejarah dan Gambaran Umum Kopi Sejuta Jiwa	68
4.1.2 Inovasi Kopi Sejuta Jiwa.....	70
4.2 Analisis Data Deskriptif.....	70
4.2.1 Karakteristik Responden	71
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	74
4.3 Hasil Uji Analisis	82
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	82
4.3.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	88
V. SIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Simpulan.....	102
5.2 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1. 1	Data Kopi Keliling di Surabaya	8
1. 2	Harga Kopi Sejuta Jiwa.....	9
2. 1	Skala Likert	59
3. 1	Definisi Operasional.....	65
4. 1	Jenis Kelamin Responden	71
4. 2	Usia Responden	72
4. 3	Pekerjaan Responden	73
4. 4	Pendapatan Per-Bulan Responden	74
4. 5	Interpretasi Rata-Rata Jawaban Responden	75
4. 6	Skor Rata-Rata Jawaban Variabel Kualitas Layanan.....	76
4. 7	Skor Rata-Rata Jawaban Variabel Kualitas Produk.....	78
4. 8	Skor Rata-Rata Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	79
4. 9	Skor Rata-Rata Jawaban Variabel Brand Trust	81
4. 10	Hasil Uji Validitas Konvergen	83
4. 11	Hasil Uji Validitas Diskriminan Fornell Larcker.....	86
4. 12	Hasil Uji Validitas Diskriminan HTMT	87
4. 13	Hasil Uji Reliabilitas	87
4. 14	Hasil Perhitungan R-Square	90
4. 15	Hasil Path Coefficients.....	91
4. 16	Hasil Uji Hipotesis	91
4. 17	Hasil Uji Analisis Mediasi	99

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1. 1	Produksi Kopi Indonesia 2018-2022.....	1
1. 2	Konsumsi Kopi Orang Indonesia dalam 1 Hari	3
1. 3	Kedai Kopi Lokal Favorite.....	4
1. 4	Kopi Keliling Sejuta Jiwa	6
1. 5	Logo Janji Jiwa	7
2. 1	Kerangka Pemikiran.....	54
3. 1	Kerangka Konseptual	63
4. 1	Model Struktural (Inner Model).....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	115
2.	Tabulasi Data Penelitian	121
3.	Hasil Analisis Data Smart PLS 4	124
4.	Dokumentasi Wawancara Responden.....	126
5.	Letter of Acceptance Jurnal	128
6.	Kartu Bimbingan Skripsi	129
7.	Komentar dan Review Instagram Kopi Sejuta Jiwa	130