

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Starbuck *Coffee* Central Park Mall Jakarta
Nama : Noviana
NIM : 201411343

Pengaruh Citra Merek (X1), Harga (X2), dan Kualitas Layanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian Starbuck *Coffee* Central Park Mall Jakarta, dibimbing oleh Lia Amalia. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh secara langsung antara Citra Merek, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Starbuck *Coffee* Central Park Mall Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan data kualitatif populasi tidak diketahui, dan sampel Sebanyak 170 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, Harga mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Layanan mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, Citra Merek, Harga, dan Kualitas Layanan secara parsial dan simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Starbuck *Coffee* Central Park Mall Jakarta.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Kualits Layanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Title : Effect of Brand Image, Price, and Service Quality on the Purchase Decision of Central Park Mall Jakarta Starbuck Coffee

Name : Noviana

Nim : 201411343

Effect of Brand Image (X1), Price (X2), and Service Quality (X3) on the Purchase Decision of Starbuck Coffee Central Park Mall Jakarta, guided by Lia Amalia. This study aims to determine the direct effect of Brand Image, Price, and Service Quality on the Decision of Purchasing Starbuck Coffee Central Park Mall Jakarta. This study uses an unknown population qualitative data approach, and a sample of 170 respondents. The sampling technique is non probability sampling. Data collection techniques using questionnaires, and data analysis techniques used are regression analysis. The results showed that Brand Image has a positive influence on Purchasing Decisions, Prices have a positive influence on Purchasing Decisions, Service Quality has a positive influence on Purchasing Decisions, Brand Images, Prices, and Service Quality partially and simultaneously has a positive and significant influence on Purchasing Decisions at Starbuck Coffee Central Park Mall Jakarta.

Keywords: Brand Image, Price, Quality of Service, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Teori	8
2.2 Merek	8
2.2.1 Tujuan Pemberian Merek.....	9
2.2.2 Fungsi Merek dan Manfaat Merek.....	9
2.2.3 Citra Merek.....	10
2.2.4 Ekuitas Merek.....	11
2.2.5 Asosiasi Merek	11
2.2.6 Brand Image dan Strategi Pemasaran	12
2.2.7 Komponen Citra Merek	12
2.2.8 Dimensi Citra Merek	13
2.3 Harga.....	14
2.3.1 Peranan Harga.....	14
2.3.2 Penentuan Harga	15
2.3.3 Faktor-faktor dalam Penetapan Harga	16
2.3.4 Tujuan Penetapan Harga	16
2.3.5 Strategi Penetapan Harga	17
2.3.6 Dimensi Harga.....	18
2.4 Kualitas Layanan	18
2.4.1 Dimensi Kualitas Layanan	19
2.5 Keputusan Pembelian.....	20
2.5.1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	22
2.5.2 Tipe Keputusan Pembelian.....	23

2.5.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	23
2.6 Penelitian Terdahulu	24
2.7 Hubungan Antar Variabel	27
2.7.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.7.2 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.7.3 Hubungan Kualitas Layan Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.7.4 Hubungan Citra Merek, Harga, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.8 Hipotesis	28
2.9 Model Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Jenis dan Sumber Penelitian.....	30
3.2.1 Jenis Data	30
3.2.2 Sumber Data	30
3.2.2.1 Data Primer.....	30
3.2.2.2 Data Sekunder.....	30
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel.....	30
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	31
3.5 Definisi Operasional Variabel	32
3.5.1 Variabel Citra Merek.....	32
3.5.2 Variabel Harga.....	33
3.5.3 Variabel Kualitas Layanan	33
3.5.4 Variabel Keputusan Pembelian	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.7 Uji Instrumen	37
3.7.1 Uji Validitas.....	37
3.7.2 Uji Reabilitas	37
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.8.1 Uji Multikolinearitas	38
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas	38
3.8.3 Uji Normalitas	38
3.9 Uji Hipotesis	39
3.9.1 Regresi Linier Berganda	39
3.9.2 Uji Parsial (Uji t).....	39
3.9.3 Uji F	40
3.9.4 Uji Koefisien Determinasi	40
BAB I HASIL PENELITIAN	42
4.1 Deskriptif Data	42
4.1.1 Berdasarkan Usia	42
4.1.2 Berdasarkan Jenis Kelamin	43

4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan	43
4.1.4 Berdasarkan Pendapatan	44
4.2 Uji Instrumen Data	45
4.2.1 Uji Validitas	45
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	47
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	48
4.3.1 Statistik Deskriptif.....	48
4.4 Uji Asumsi Klasik	51
4.5 Analisis Model Regresi.....	54
4.6 Pengujian Hipotesis	55
BAB V PEMBAHASAN	60
5.1 Hasil Analisis Data	60
5.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	60
5.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	61
5.4 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	61
5.5 Hubungan Citra Merek, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian	62
5.6 Temuan Penelitian	62
5.7 Keterbatasan Penelitian.....	63
BAB VI PENUTUP.....	64
6.1 Kesimpulan.....	64
6.2 Saran	64
6.3 Implikasi Penelitian	66
DAFTAR REFERENSI	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.1	Tabel <i>Top Brand Award</i> Kategoti Cafe Kopi di Indonesia Per 2015-2018..	3
1.2	Tabel Perbandingan Harga Kopi Cappuccino	3
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	24
3.1	Tabel Instrumen Skala Likert	32
3.2	Tabel Definisi Operasional Variabel.....	35
3.3	Tabel <i>Cronbach Alpha</i>	38
4.1	Tabel Uji Validitas Variabel Citra Merek	44
4.2	Tabel Uji Validitas Variabel Harga.....	44
4.3	Tabel Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	45
4.4	Tabel Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	45
4.5	Tabel Uji Reliabilitas Citra Merek.....	46
4.6	Tabel Uji Reliabilitas Harga	46
4.7	Tabel Uji Reliabilitas Kualitas Layanan.....	46
4.8	Tabel Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	46
4.9	Tabel Uji Analisis Deskriptif.....	47
4.10	Tabel Data Distribusi Frekuensi Citra Merek.....	47
4.11	Tabel Data Distribusi Frekuensi Harga	48
4.12	Tabel Data Distribusi Frekuensi Kualitas Layanan	48
4.13	Tabel Data Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	49
4.14	Tabel <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	51
4.15	Tabel Hasil Uji Heteroskedastisita.....	52
4.16	Tabel Hasil Uji Multikolinieritas	52
4.17	Tabel Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	53
4.18	Tabel Hasil Uji Parsial (Uji t)	54
4.19	Tabel Hasil Uji F (simultan)	56
4.20	Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi.....	56
4.21	Tabel Analisis Korelasi	57
4.22	Tabel Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
1.1	Gambar Grafik Jumlah Gerai Starbuck di Indonesia Tahun 2010-2016.....	2
1.2	Gambar Data Pra Survei Citra Merek	4
1.3	Gambar Data Pra Survey Harga.....	4
1.4	Gambar Data Pra Survey Kualitas Layanan	4
2.1	Gambar Kerangka Ekuitas Merek Berbasis Konsumen	11
2.2	Gambar Nilai Asosiasi Merek.....	12
2.3	Gambar Tujuan Penetapan Harga	17
2.4	Gambar Proses Keputusan Pembelian.....	23
2.5	Gambar Model Penelitian	29
4.1	Gambar Data Responden Berdasarkan Usia	42
4.2	Gambar Data Responden Berdasarkan Usia	42
4.3	Gambar Data Responden Berdasarkan Usia	43
4.4	Gambar Data Responden Berdasarkan Usia	43
4.5	Gambar Diagram <i>P-P Plot</i>	50
4.6	Gambar <i>Scatter Plot</i>	51