**KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK STARBUCKS COFFEE DI KOTA SURAKARTA**

**SKRIPSI**

****

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen**

**Universitas Islam Batik Surakarta**

**Oleh:**

**NOOR QOMARUDDIN RIZKHI FAUZY
NIM. 2015020191**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS ISLAM BATIK**

**SURAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini setelah membaca skripsi dengan judul

**KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK STARBUCKS COFFEE DI KOTA SURAKARTA**

**Oleh:**

**NOOR QOMARUDDIN RIZKHI FAUZY
NIM. 2015020191**

Telah Dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

Surakarta, Januari 2022

|  |  |
| --- | --- |
| Pembimbing I | Pembimbing II |
|  |  |
| **Dr. Ida Aryati Diyah, S.E., M.Si** | **Dr. Sarsono, S.E., M.Si** |
| Mengetahui, |
| Kepala Program Studi Manajemen |
|  |
| **Fithri Setya Marwati, SE, MM** |
| NIDN. 0603088405 |

**HALAMAN PENGESAHAN**

Telah disetujui dan disahkan dengan baik oleh Tim penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 2 Februari 2022

Tim Penguji

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Dr. Ida Ariyati DPW, S.E., MH, M.Si
 | ( ) |
|  |  |
| 1. Dr. Sarsono, SE., M.Si
 | ( ) |
|  |  |
| 1. Fithri Setya Marwati, SE, MM
 | ( ) |

|  |
| --- |
| Mengetahui, |
| Dekan Fakultas Ekonomi |
| Universitas Islam Batik Surakarta |
|  |
| **Dr. Dra. Ec. Hj. Istiatin, S.E., M.M** |
| NIDN: 0621045901 |

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Noor Qomaruddin Rizkhi Fauzy

NIM : 2015020191

Judul Skripsi : Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Starbucks Coffee Di Kota Surakarta.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan guna memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat pendapat atau karya yang pernah ditulis atau di terbitkan oleh oraang lain terkecuali yang diacu dalam naskah ini secara tertulis dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Surakarta, Januari 2022

Noor Qomaruddin Rizkhi Fauzy

**MOTTO**

“ Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri ” (QS. Ar’Ra’d : 11)

“ Pandanglah hari ini. Kemarin adalah mimpi. Dan esok hari hanyalah sebuah visi. Tetapi, hari ini yang sungguh nyata. Menjadikan kemarin sebagai mimpi bahagia dan setiap hari esok sebagai visi harapan. “ (Alexander Pope)

“ Ambilah kebaikan dari apa yang dikatakan, jangan melihat siapa yang mengatakannya “ (Nabi Muhammad SAW)

" Jadilah kamu manusia yang pada kelahiranmu semua orang tertawa bahagia, tetapi hanya kamu sendiri yang menangis; dan pada kematianmu semua orang menangis sedih, tetapi hanya kamu sendiri yang tersenyum. " (Mahatma Gandhi)

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah kepada hamba-Nya Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Saya persembahkan laporan skripsi ini kepada :

1. Skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk kedua orangtua saya. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ayah dan ibu membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya, mereka berdua membuka hati untukku. Terima kasih karena selalu ada untukku. ILY
2. Bu dosen (Dr. Ida Aryati Diyah PW, SE. MH.,M.Si) dan (Fithri Setya Marwati, SE.MM) selaku dosen pembimbing dan dosen akademik kini mahasiswamu telah genap menjadi sarjana.Tentu ada banyak kejutan hidup yang menantiku di depan sana. Seluruh bekal ilmu yang pernah kau bagikan semoga menjadi modal untuk menjawab tantangan di masa mendatang. Untuk semua kemarahan, kritikan, dan tuntutan yang diberikan, aku mengucapkan banyak terima kasih. Semoga kebaikan juga selalu menyertaimu.
3. Teman atau sahabat saya yang tolol dan bodoh yaitu Ridwan,Iqbal,Almas,Wahid dll yang tidak bisa disebut semua. intinya matur suwun banget yo ndes hehe
4. Calon ibu dari anak-anak saya kelak
5. Almameter Program Studi Manajamen Universitas Islam Batik Surakarta

**KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan kemudahan dalam penulisan skripsi dengan judul “Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Starbucks Coffee Di Kota Surakarta”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta. Penulis memilih topik ini dengan harapan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pengambilan keputusan organisasi dan memperkuat teori sebelumnya.

Penyelesaian skripsi tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Amir Junaidi, SH, M.H, selaku Rektor Universitas Islam Batik Surakarta.
2. Dr. Dra. Ec. Hj. Istiatin, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta yang telah memberikan bimbingan, ijin dan arahan dalam menyelesaikan skripsi.
3. Dr. Ida Aryati Diyah, S.E.,, M.H., M.Si, selaku Permbimbing I yang telah memberikan bimbingan, ijin dan arahan dalam menyelesaikan skripsi.
4. Fithri Setya Marwati, SE, MM, selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi.
5. Dr. Sarsono, SE, M.Si, selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi UNIBA Surakarta yang telah memberikan bantuan ilmu selama perkuliahan.
7. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, perhatian, semangat dan masukan dalam penyelesaian tugas akhir.

Akhir kata, kesempurnaan hanya milik Allah SWT, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh sebab itu masukan dan saran sangat membantu bagi pengembangan penelitian selanjutnya.

Surakarta, Januari 2022

Noor Qomaruddin Rizkhi Fauzy

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN PERNYATAAN iv

HALAMAN MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

HALAMAN KATA PENGANTAR vii

HALAMAN DAFTAR ISI x

HALAMAN DAFTAR TABEL xiii

HALAMAN DAFTAR GAMBAR xiv

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN xv

ABSTRACT xvi

ABSTRAK xvii

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Perumusan Masalah 4
3. Tujuan Penelitian 5
4. Manfaat Penelitian 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

1. Keputusan Pembelian 7
2. Persepsi Harga 9
3. Kualitas Produk 21
4. Citra Merek 31
5. Penelitian Terdahulu 33
6. Kerangka Konseptual 39
7. Hipotesis 39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian 41
2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling 41
3. Definisi Operasional Variabel 42
4. Teknik Pengumpulan Data 44
5. Jenis dan Sumber Data 46
6. Uji Instrumen 47
7. Uji Asumsi Klasik 51
8. Analisis Data 54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

1. Deskripsi Data Responden 59
2. Hasil Analisis Data 62
3. Pembahasan 69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan 72
2. Saran 72

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Budaya Organisasi 48

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk 48

Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Instrumen Citra Merek 49

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian 49

Tabel IV.1 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden 59

Tabel IV.2 Distribusi Frekuensi Usia Responden 60

Tabel IV.3 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden 60

Tabel IV.4 Distribusi Frekuensi Pendapatan Responden 61

Tabel IV.5 Distribusi Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden 62

Tabel IV.6 Hasil Uji Normalitas 62

Tabel IV.7 Hasil Uji Multikolinearitas 63

Tabel IV.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas 64

Tabel IV.9 Hasil Regresi Linier Berganda 65

Tabel IV.10 Hasil Uji t 66

Tabel IV.11 Hasil Uji F 68

Tabel IV.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi 69

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 39

**ABSTRAK**

Noor Qomaruddin Rizkhi Fauzy. NIM: 2015020191. Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Starbucks Coffee Di Kota Surakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas prduk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Starbucks Coffee di Kota Surakarta. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian Starbucks Coffee di Kota Surakarta. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Starbucks Coffee di Kota Surakarta. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Starbucks Coffee di Kota Surakarta.

Populasi adalah pelanggan atau konsumen Starbucks Coffee di Surakarta dan sampel yang diteliti sebanyak 100 respoden sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling yang mana pengambilan sampel secara acak.

Hasil penelitian membuktikan variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian koefisien determinasi (R2) diperoleh nilai *adjusted* R2 sebesar 0,551. Hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa variabel independen dalam penelitian ini yang terdiri dari persepsi harga, kualitas produk dan citra merek mampu menjelaskan variabilitas dari variabel dependen keputusan pembelian sebesar 55,1%. Sementara itu, sisanya sebesar 44,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian

***ABSTRACT***

*Noor Qomaruddin Rizkhi Fauzy. NIM: 2015020191. Purchasing Decisions in Review and Perceptions of Price, Product Quality and Brand Image of Starbucks Coffee in Surakarta city.*

*The study aims to determine the effect of perceived price, product quality and brand image on purchasing decisions for Starbucks Coffee in Surakarta City. To find out the effect of product quality on Starbucks Coffee purchasing dicisions in Surakarta City. To find out the influence of brand image on Starbucks Coffee buying decision in Surakarty City.*

*The population is Starbucks Coffee customers or consumers in Surakarta and the sample studied is 00 respondents while the sampling technique uses random sampling in which the sample is taken randomly. The results prove that price percepiton variables have a significant effect purchasing decisions. Product quality variables have a significant effect on purchasing decisions. Brand image variables have of determination (R) test result obtained an ajudsted R2 value of 0,551, able to exlain the vanability and the dependent variable for purchasing decisions of 55,1% menawhile the percetange of 44,5% is explained by other variables outside this research model.*

*Keyword: Purchase Price, Image Product, Brand Quality, and Decision Perception.*