

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LUWAK WHITE
COFFEE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh
ANDI TAN
180910357

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LUWAK WHITE
COFFEE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
ANDI TAN
180910357**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Andi Tan
NPM : 180910357
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Coffee Di Kota Batam

Merupakan hasil atas suatu karya sendiri serta tidak "duplikasi" berdasarkan pada karya yang berasal dari orang lain. Sepemahaman saya, terdapat pada naskah Skripsi ini tidak ada karya ilmiah ataupun opini yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, terkecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini serta dipaparkan dalam sumber kutipan serta daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 20 Juli 2023



Andi Tan
180910357

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

**Andi Tan
180910357**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 20 Juli 2023



**Asron Saputra, S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Berbagai inisiatif dilakukan perseroan untuk menggenjot penjualan produk guna memenuhi permintaan konsumen. Ketika seseorang menyadari kebutuhan secara umum dan menginginkan secara khusus, proses pembelian terjadi. Perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan kondisi yang ada mulai terekam dalam kesadaran orang tersebut. Karena setiap orang memiliki titik acuan dan sikap yang berbeda terhadap barang, maka perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan unik. Citra Merek, Kualitas Produk dan Desain Produk merupakan faktor yang ada yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel *sampling* acak sederhana. Untuk tujuan pengumpulan data, peneliti menyebarkan kuesioner, yang berisi daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh peserta. Metode yang digunakan dalam temuan-temuan yang terdapat dalam penelitian ini adalah penelitian berbasis kuantitatif dengan melakukan analisis linier berganda. Hasil penelitian yang berlandaskan dalam sebuah penelitian tentunya akan mampu membuktikan bahwa Citra Merek, Kualitas Produk dan Desain Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Luwak White Coffee Di Kota Batam.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Various initiatives were carried out by the company to boost product sales to meet consumer demand. When a person recognizes a need in general and wants in particular, the buying process occurs. The difference between the desired state and the existing condition begins to register in the person's consciousness. Because everyone has different points of reference and attitudes towards goods, one's buying behavior can be said to be unique. Brand Image, Product Quality and Product Design are existing factors that can influence purchasing decisions. The sampling technique uses simple random sampling. For data collection purposes, the researcher distributed questionnaires, which contained a list of questions that had to be answered by the participants. The method used in the findings contained in this study is a quantitative-based research by conducting multiple linear analysis. The results of research based on a study will certainly be able to prove that brand image, product quality and product design have a significant effect on purchasing decisions for Luwak White Coffee in Batam City.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Product Design, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur Penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang sudah melimpahkan seluruh rahmat serta karuniaNya, alhasil penulis bisa menuntaskan laporan skripsi yang ialah salah satu persyaratan buat menuntaskan program studi strata satu(S1) pada Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.

Penulis mengetahui kalau skripsi ini sedang jauh dari sempurna. Sebab itu, kritik serta anjuran hendak senantiasa penulis dapat menerimanya dengan senang hati. Dengan seluruh keterbatasan, penulis mengetahui pula kalau ide ini takkan ter kabul tanpa dorongan, edukasi, serta desakan dari bermacam pihak. Untuk itu, dengan seluruh kerendahan yang terdapat pada hati penulis, penulis memberikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Plt Dekan Fakultas Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat untuk saya;
7. Teman-teman yang senantiasa memberikan motivasi dan dorongan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini;
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan tugas akhir ini. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa membalas kebaikan dan selalu memberikan keberkahan serta mencurhakan nikmat-Nya. Amin.

Batam, 20 Juli 2023

Andi Tan
180910357



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Citra Merek	11
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek	11
2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	12
2.1.2.3 Indikator Citra Merek	12
2.1.2 Kualitas Produk.....	13
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk	14
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	15
2.1.3 Desain Produk	15
2.1.3.1 Pengertian Desain Produk.....	15
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.3.1 Hubungan antar variabel citra merek terhadap keputusan pembelian	20
2.3.2. Hubungan antar variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian	21
2.3.3. Hubungan antar variabel desain produk terhadap keputusan pembelian	21
2.4 Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Sifat Penelitian	23

3.3	Lokasi dan Periode Penelitian.....	24
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	24
3.3.2	Periode Penelitian	24
3.4	Populasi dan Sampel.....	24
3.4.1	Populasi.....	24
3.4.2	Teknik Penentuan Besaran Sampel.....	25
3.4.2.1	Teknik <i>Sampling</i>	26
3.5	Sumber Data.....	26
3.5.1	Data Primer	26
3.5.2	Data Sekunder.....	26
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7	Operasional Variabel	27
3.8	Metode Analisis Data.....	28
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	28
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	29
3.8.2.1	Uji Validitas	29
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	30
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	30
3.8.3.2	Uji Multikolinieritas.....	31
3.8.3.3	Uji Heterokedasitas.....	31
3.8.4	Uji Pengaruh	32
3.8.4.1	Uji Regresi Linear Berganda	32
3.8.4.2	Uji Determinasi (R^2)	32
3.9	Uji Hipotesis	33
3.9.1	Uji t	33
3.9.2	Uji F	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Hasil Penelitian	35
4.1.1	Profil Responden.....	35
4.1.1.1	Profil Responden berdasar Jenis Kelamin	35
4.1.1.2	Profil Responden berdasar Usia.....	36
4.1.1.3	Profil Responden berdasar Pendidikan	36
4.1.1.4	Profil Responden berdasar Pekerjaan	37
4.1.1.5	Profil Responden berdasar Berapa Kali Melakukan Transaksi Pembelian Luwak White Koffie.	37
4.1.2	Analisis Deskriptif.....	39
4.1.2.1	Hasil Uji Analisis Deskriptif Citra Merek (X_1)	39
4.1.2.2	Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X_2).....	41
4.1.2.3	Hasil Uji Analisis Deskriptif Desain Produk (X_3).....	42
4.1.2.3	Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	43
4.1.3	Hasil Uji Validitas.....	45
4.1.3.1	Hasil Uji Validitas.....	45
4.1.4	Hasil Uji Realibilitas Data	46
4.1.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	46
4.1.5.1	Hasil Uji Normalitas	46

4.1.5.2	Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	47
4.1.5.3	Hasil Uji Multikolinearitas	48
4.1.6	Hasil Uji Pengaruh	49
4.1.6.1	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.1.6.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	50
4.1.7	Uji Hipotesis	51
4.1.7.1	Uji t	51
4.1.7.2	Hasil Uji F	52
4.2	Pembahasan.....	53
4.2.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.2.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	54
4.2.3	Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.2.3	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Desain Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.3	Implikasi Hasil Penelitian	55
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		57
5.1	Simpulan	57
5.2	Saran	58
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4. 1 Histogram	47
Gambar 4. 2 P-P Plot	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produsen Kopi Olahan dan Merek Produk Kopi di Indonesia Periode 2022	3
Tabel 1.2	Top Brand Index Kategori White Coffee tahun 2022	4
Tabel 1.3	Hasil Persentase Pengguna produk Luwak White Koffie Tahun 2022	5
Tabel 1.4	Hasil Data Survey Konsumen pengguna produk Luwak White Koffie.....	5
Tabel 1.5	Data Penjualan Kopi Putih di Kota Batam tahun 2020-2022	6
Tabel 1.6	Data Penjualan PT. Java Prima Abadi	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1	Periode Penelitian.....	24
Tabel 3.2	Skala Likert	27
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.4	Rentang Skala.....	29
Tabel 4.1	Profil Responden berdasar jenis kelamin	35
Tabel 4.2	Profil Responden berdasar Usia	36
Tabel 4.3	Profil Responden berdasar Pendidikan	36
Tabel 4.4	Profil Responden berdasar Pekerjaan.....	37
Tabel 4.5	Profil Responden berdasar Berapa Kali Melakukan Transaksi Pembelian Luwak White Koffie.....	38
Tabel 4.6	Profil Responden berdasar Berapa Lama Menjadi Konsumen Luwak White Koffie.....	38
Tabel 4.7	Tabel Rentang Skala	39
Tabel 4.8	Uji Deskriptif Citra Merek (X_1)	39
Tabel 4.9	Uji Deskriptif Kualitas Produk (X_2)	41
Tabel 4.10	Uji Deskriptif Desain Produk (X_3)	42
Tabel 4.11	Uji Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	43
Tabel 4.12	Uji Validitas	45
Tabel 4.13	Hasil Uji Realibilitas	46
Tabel 4.14	Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	48
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.17	Hasil Koefisien Regresi.....	49
Tabel 4.18	Hasil R^2	51
Tabel 4.19	Hasil Uji t	51
Tabel 4.20	Hasil Uji F	53

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	25
Rumus 3.2 Uji Validitas	29
Rumus 3.3 Uji Regresi Linear Berganda	32