



Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie Di Tembilahan

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mengikuti ujian skripsi pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Islam Indragiri*



OLEH :

AGUSFRIYANSYAH

NIM : 101211010067

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
TEMBILAHAN**

2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



ABSTRACT

The Influence Of Brand Image And Product Quality On Purchase Decision Of Luwak White Koffie In Tembilahan

¹AgusFriyansyah ²Zaenal Arifin ³Asniati Bindas

Management Study Program Faculty of Economics and Business, Indragiri Islamic University Jl. Soebrantas No.10 Tembilahan, Indragiri, Riau, 29214.

Email : agus.agus022003@gmail.com

This study aims to determine the influence of brand image and product quality on the purchase decision of Luwak White Koffie in Tembilahan. This research is motivated by the increasing competition in the instant coffee industry and the importance of understanding the factors that influence consumer preferences. The research method used is a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires from 96 respondents who are consumers of Luwak White Koffie and analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25.

The results show that both brand image and product quality have a significant partial and simultaneous effect on purchase decisions. The t-value for brand image is $6.094 > t\text{-table value of } 1.661$ with a significance level of $0.000 < 0.05$, and the t-value for product quality is $9.233 > t\text{-table value of } 1.661$ with a significance level of $0.000 < 0.05$. The F-value is $91.988 > F\text{-table value of } 3.09$ with a significance level of $0.000 < 0.05$, indicating that the regression model is statistically significant overall. These results suggest that a positive perception of the brand and high product quality encourage consumers to make purchases. The implication of this research is that companies must maintain their brand image and continuously improve product quality to retain customer loyalty and increase purchase decisions.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision, Luwak White Koffie, Tembilahan



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie Di Tembilahan

¹AgusFriyansyah ²Zaenal Arifin ³Asniati Bindas

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri
Jl. Soebrantas No.10 Tembilahan Hilir, Riau, 29214.

Email : agus.agus022003@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Luwak White Koffie di Tembilahan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan di industri kopi instan dan pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 96 responden konsumen Luwak White Koffie, dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS Versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai T hitung untuk citra merek sebesar $(6,094) > T \text{ tabel } (1,661)$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan untuk nilai T hitung kualitas produk sebesar $(9,233) > T \text{ tabel } (1,661)$ dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Nilai F hitung $> F \text{ tabel}$ yaitu $(91,988) > (3,09)$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$, menandakan model regresi signifikan secara keseluruhan. Hasil ini mengindikasikan bahwa persepsi positif terhadap merek serta kualitas produk yang baik mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya perusahaan untuk terus menjaga citra merek dan meningkatkan kualitas produk guna mempertahankan loyalitas dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Luwak White Koffie, Tembilahan



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang dilimpahkannya, kedua orang tua yang telah memberikan segala kasih sayang dan perhatiannya yang begitu besar sehingga penulis merasa terdorong untuk menyelesaikan studi agar dapat mencapai cita-cita dan memenuhi harapan orang tua khususnya dalam penyusunan skripsi ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie Di Tembilahan”.

Skripsi ini disusun guna melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan kelulusan studi pada Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini baik secara moril maupun materil, khususnya kepada:

1. Kedua Orang tua tercinta yaitu Bapak Marhusin dan Ibu Anita, yang selalu hadir doa, semangat, cinta dan dukungan, sehingga menjadi pendukung terbesar dalam hidup peneliti dalam menjalani segala situasi dan terkhusus untuk kedua orang tua peneliti, semoga Allah swt selalu memberikan kesehatan dan umur yang berkah agar kelak bisa melihat ananda sukses dan membuat kedua orang tua bangga atas pencapaian ini.
2. Bapak Dr. H. Najamuddin, Lc., MA selaku Rektor Universitas Islam Indragiri.
3. Bapak Dr. Ahmad Rifa'i, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

4. Ibu Syafrinadina, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.
5. Bapak Zainal Arifin, S.E., M.E. selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, serta ilmu yang bermanfaat dari awal hingga selesainya skripsi ini.
6. Ibu Asniati Bindas, S.IP., M.M. selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, serta ilmu yang bermanfaat dari awal hingga selesainya skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staff ADM dan Pengajar Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna kepada penulis.
8. Keluarga, Sahabat-sahabatku yang dekat ataupun yang jauh, terimakasih banyak telah memberikan motivasi, kepercayaan, cinta dan perhatian.
9. Kepada semua pihak yang tak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Hanya doa dan ucapan syukur yang dapat penulis panjatkan, semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan Bapak, ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Tembilahan, 26 Mei 2025

AGUSFRIYANSYAH
NIM : 101211010067



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

DAFTAR ISI

JUDUL	
JUDUL HALAMAN DALAM	
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA	iii
DAFTAR	v
DAFTAR	ix
DAFTAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.A Latar Belakang Masalah	1
1.B Perumusan Masalah	7
1.C Tujuan Dan Manfaat Penelitian	8
1.C.1 Tujuan Penelitian	8
1.C.2 Manfaat Penelitian	8
1.D Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

2.A. Landasan Teori	11
2.A.1 Manajemen Pemasaran	11
2.A.2 Pemasaran	12
2.A.3 Citra Merek	14
2.A.4 Pengukuran Citra Merek	15
2.A.5 Faktor Pembentuk Citra Merek	16
2.A.6 Indikator Citra Merek	17
2.A.7 Kualitas Produk	17
2.A.8 Dimensi Kualitas Produk	18
2.A.9 Indikator Kualitas Produk	19
2.A.10 Keputusan Pembelian	20
2.A.11 Tahap-tahap Dalam Mengambil Keputusan Pembelian	22
2.A.12 Faktor Faktor Utama Dalam Penentu Keputusan Pembelian ...	22
2.A.13 Indikator Keputusan Pembelian	23
2.B Penelitian Terdahulu	24
2.C Kerangka Pemikiran	26
2.D Hipotesis	27
2.E Variabel Penelitian	28
2.E.1 Konsep Operasional Variabel	28
2.E.2 Indikator Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.A Obyek dan Waktu Penelitian	31



3.A.1 Obyek.....	31
3.A.2 Waktu Penelitian.....	31
3.B Jenis Dan Sumber Data.....	31
3.B.1 Jenis Data.....	31
3.B.2 Sumber Data	31
3.C Populasi Dan Sampel	32
3.C.1 Populasi.....	32
3.C.2 Sampel	32
3.D Teknik Pengumpulan Data	33
3.D.1 Kuesioner.....	33
3.E Analisis Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.A Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	41
4.A.1 Sejarah Singkat Perusahaan PT. Java Prima Abadi.....	41
4.A.2 Visi Dan Misi Perusahaan	43
4.A.3 Gambar Produk	43
4.B Hasil Penelitian	44
4.B.1 Deskripsi Responden	44
4.B.2 Tanggapan Responden.....	49
4.B.3 Hasil Analisis Data	50
4.B.4 Uji Instrumen Penelitian	50
4.B.5 Analisis Statistik Deskriptif.....	52



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

4.B.6 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.B.7 Hasil Uji Analisis Data	56
4.B.8 Hasil Uji Hipotesis.....	57
4.C Pembahasan	60
4.C.1 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie Di Tembilahan	60
4.C.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie Di Tembilahan	60
4.C.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie Di Tembilahan	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.A.1 Kesimpulan.....	62
5.A.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	76
BIODATA	SINGKAT
.....	80
	PENULIS



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2.2 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	29
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Tentang Citra Merek	47
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk	48
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	51



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Top Brand Award	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Produk Luwak White Koffie	43
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	44
Gambar 4.3 Karakteristik Umur Responden	45
Gambar 4.4 Karakteristik Status/Pekerjaan	46
Gambar 4.5 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	52
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas	53
Gambar 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Gambar 4.8 Grafik Scatter Plot	54
Gambar 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
Gambar 4.10 Hasil Uji F	57
Gambar 4.11 Hasil Uji T	58
Gambar 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	59