

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN KOPI NAKO DEPOK

Oleh:

Nama : Faiq Yoga Maulana

NIM : 21160447

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

AGUSTUS 2020

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN KOPI NAKO DEPOK

Diajukan Oleh:

Nama : Faiq Yoga Maulana

NIM : 21160447

Jakarta, 31 Agustus 2020

Disetujui Oleh:

Pembimbing



20/10/20

(Rita Eka Setianingsih,S.E.,M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2020

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Faiq Yoga Maulana / 21160447 / 2020 / Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen kopi nako depok / Pembimbing: Rita Eka Setianingsih, S.E., M. M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui minat beli ulang dari kopi nako di Depok melalui variabel kualitas produk dan persepsi harga. Keberadaan warung kopi saat ini tidak hanya menjadi tempat untuk menghabiskan waktu sambil menikmati secangkir kopi, tetapi juga sebagai tempat bertemu untuk saling berbagi informasi mengenai kondisi lingkungan sekitar dan sudah menjadi gaya hidup masyarakat. Melihat situasi seperti ini, maka terbuka peluang usaha para pelaku bisnis khususnya minuman kopi untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Hal ini terlihat dari maraknya jenis dan merek yang ditawarkan pada saat ini.

Berdasarkan teori yang saya gunakan pada kualitas produk, kualitas produk adalah kualitas karakteristik produk atau layanan yang menanggung kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan persepsi harga yaitu bagaimana informasi harga dapat dipahami oleh pelanggan dan membuat berarti bagi pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa persepsi harga merupakan asumsi personal konsumen dalam rentang atau jumlah dalam mengeluarkan besarnya biaya untuk membeli atau menggunakan sebuah produk atau layanan jasa.

Objek penelitian ini adalah kopi nako di Depok. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner. Untuk pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling* serta metode yang digunakan adalah *judgement sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis linier berganda.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi yaitu residu berdistribusi normal, tidak terdapat heteroskedastisitas, dan tidak terjadi multikolinieritas. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat beli ulang dan berdasarkan uji t dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan persepsi harga memiliki nilai signifikansi dibawah 0.05 sehingga hipotesis diterima.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk dan persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang kopi nako depok.

Kata Kunci: Kualitas produk, persepsi harga, minat beli ulang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Faiq Yoga Maulana / 21160447/2020 / *The influence of product quality and price perception on consumer buying interest in Depok Nako coffee* / Advisor: Rita Eka Setianingsih, S.E., M. M.

The purpose of this study was to see the repurchase interest of Depok nako coffee through variables of product quality and price perception. The existence of a coffee shop today is not only a place to spend time enjoying a cup of coffee, but also as a meeting place to share information about the condition of the surrounding environment and has become the lifestyle of the community. Seeing a situation like this, it opens up business opportunities for business people, especially beverages to meet these consumer needs. This can be seen from the variety of types and brands offered at this time.

Based on the theory I use on product quality, product quality is the quality of the product or service that is responsible for meeting the stated or implied needs of the customer. Meanwhile, price perception is how information can be carried out by customers and make meaningful to customers. It can be ignored that consumers' personal assumption of price perceptions in the range or amount in the large expenditure to buy or use a product or service.

The object of this research is nako coffee in Depok. The data technique uses a communication technique with a questionnaire. For sampling, the technique used is non-probability sampling and the method used is judgment sampling. The data analysis technique used in this research is validity test, reliability test, descriptive analysis, classical assumption test and multiple linear analysis.

The results of the classical assumption test show that the assumption model assumes that the residues are normally distributed, there is no heteroscedasticity, and there is no multicollinearity. The results of multiple regression analysis show that the regression model can be used to predict repurchase interest and based on the t test it can be concluded that product quality and price perception have a significance value below 0.05 so that they are accepted.

The conclusion of this research is product quality and price perception have a positive influence on the repurchase interest of Depok Nako coffee.

Keywords: *Product quality, price perception, repurchase interest*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Himpunan Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji serta syukur kepada Allah SWT atas seluruh rahmat dan hidayah-Nya yang sudah diberikan kepada penulis sehingga bisa menuntaskan penelitian ini. Dan tidak lupa kita panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan yang baik bagi umatnya dan untuk berbuat kebajikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan wajib dalam menyelesaikan studi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini terselesaikan dengan baik dan tidak akan selesai tanpa adanya dukungan, petunjuk, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan serta telah meluangkan waktu, pikiran, saran dan kritik yang membangun selama pembuatan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Kedua orang tua penulis yang telah memberikan doa, semangat, dan dukungan bagi penulis sehingga pembuatan skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Para dosen dan staf pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dan membantu penulis pada masa studi menyelesaikan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen.

Seluruh staf perpustakaan dan tata usaha Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu penulis selama masa studi di kampus ini.

Rizky Trinesia yang sudah selalu mendukung serta memberi masukan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi dapat terselesaikan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Teman-teman penulis yang selalu memberikan semangat, motivasi, penghibur dan masukan dalam penyusunan skripsi.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah turut membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai penyempurnaan skripsi ini.

Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, Agustus 2020

Penulis

(Faiq Yoga Maulana)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Batasan Penelitian	8
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Kualitas Produk	10
1. Definisi Produk	10
2. Pengertian Kualitas Produk	11
3. Dimensi Kualitas Produk	12
B. Persepsi Harga	13
1. Definisi Harga	13
2. Pengertian Persepsi Harga	13
3. Dimensi Persepsi Harga	14





4.	Indikator Persepsi Harga.....	15
C.	Minat Beli Ulang	16
1	Pengertian Minat Beli Ulang	16
2	Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang.....	16
3	Dimensi dan Indikator Minat Beli Ulang	18
D.	Penelitian Terdahulu.....	18
E.	Pengembangan Hipotesis.....	21
1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang	21
2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang	21
BAB III METODE PENELITIAN.....		23
A.	Objek Penelitian	23
B.	Desain Penelitian	23
C.	Variabel Penelitian	25
1	Kualitas Produk.....	25
2	Persepsi Harga	26
3.	Minat Beli Ulang	26
D.	Teknik Pengumpulan Data	27
E.	Teknik Pengambilan Sampel.....	27
F.	Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		37
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
B.	Analisis Deskriptif.....	39
1	Analisis Profil Responden	39
2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	41
3	Analisis Variabel.....	45
C.	Uji Asumsi Klasik	48
1	Uji Normalitas.....	48

Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Uji Heteroskedastisitas	49
3. Uji Multikolinearitas	50
D. Analisis Regresi Berganda.....	51
1. Uji Keberartian Model (Uji F)	51
2. Uji Signifikan Koefisien (Uji T).....	51
E. Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Beberapa <i>Coffee Shop</i> di Kota Depok.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Variabel Kualitas Produk	25
Tabel 3. 2 Variabel Persepsi Harga	26
Tabel 3. 3 Variabel Minat Beli Ulang	26
Tabel 3. 4 Skala Likert	31
Tabel 4. 1 Daftar Data <i>Coffee Shop</i> di Kota Depok	38
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4. 3 Usia Responden.....	40
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	40
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	41
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	42
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang	43
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Kualitas Produk	43
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Persepsi Harga	44
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Minat Beli Ulang	44
Tabel 4. 11 Skor Rata-rata Variabel Kualitas Produk.....	45
Tabel 4. 12 Skor Rata-rata Variabel Persepsi Harga.....	46
Tabel 4. 13 Skor Rata-rata Variabel Minat Beli Ulang.....	47
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas	49
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4. 17 Hasil Uji Keberartian Model (Uji F).....	51
Tabel 4. 18 Hasil Uji Signifikan Koefisien (Uji T).....	51
Tabel 4. 19 Koefisien Determinasi.....	53

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Negara Konsumen Kopi Terbesar di Dunia.....	2
Gambar 1. 2 Grafik Konsumen Kopi di Indonesia	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4. 1 Gambar Kopi Nako	39

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Kuesioner Responden
- Lampiran 3 Screenshot Analisis Profil Responden
- Lampiran 4 Uji Validitas
- Lampiran 5 Uji F, Uji T, Uji R
- Lampiran 6 Screenshot Google Form Kuesioner Penelitian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.