

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN
GOOMA TEA BAR MKG
DI JAKARTA UTARA**

Oleh :

Nama : Natasha Josephine Obadja

NIM : 78170044

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis
Konsentrasi Bisnis Internasional



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

SEPTEMBER 2021

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN GOOMA TEA BAR MKG DI JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh :

Nama : Natasha Josephine Obadja

NIM : 78170044

Jakarta, 22 September 2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

SEPTEMBER 2021

© Hak cipta dan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

ABSTRAK

Natasha Josephine Obadja/78170044/2021/Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan GOOMA Tea Bar MKG di Jakarta Utara/Pembimbing : Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

Minuman kekinian sangatlah digemari oleh masyarakat Indonesia, bahkan seluruh dunia. Minuman berbahan dasar kopi, *cheese tea*, dan boba sangat disukai oleh masyarakat sehingga banyak sekali perusahaan bermunculan membuat bisnis minuman. Salah satu perusahaan yang ikut bersaing dalam persaingan tersebut adalah GOOMA. Perusahaan banyak mengikuti tren bubble tea, cheese tea, dan kopi, tetapi GOOMA tidak ingin mengikuti tren tersebut. GOOMA ingin membawa dan mengedukasi matcha kepada masyarakat di Indonesia.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kualitas produk, citra merek, harga, dan keputusan pembelian. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, citra merek, dan harga. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian.

Objek penelitian ini yaitu pelanggan GOOMA Tea Bar di Mall Kelapa Gading. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan cara *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda. Data penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan, citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan, dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar Mal Kelapa Gading.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar MKG, citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar MKG, dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar MKG. Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti pengaruh variabel-variabel lain yang belum diteliti yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.



ABSTRACT

Natasha Josephine Obadja/78170044/2021/Effect of Product Quality, Brand Image, and Price on Customer Purchasing Decision of GOOMA Tea Bar at Kelapa Gading Mal in North Jakarta/Advisor : Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

Contemporary drinks are very popular with the people of Indonesia, even the whole world. Drinks made from coffee, cheese tea, and boba are very popular with the public so that many companies have sprung up to make beverage businesses. One of the companies participating in the industry is GOOMA. Many companies follow the trend of bubble tea, cheese tea, and coffee, but GOOMA doesn't want to follow the trend. GOOMA wants to bring and educate matcha to people in Indonesia.

The theory used in this research is the theory of product quality, brand image, price, and purchasing decisions. The variables in this study are the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are product quality, brand image, and price. The dependent variable in this study is the purchase decision.

The object of this research is the customer of GOOMA Tea Bar at Kelapa Gading Mall. Sampling in this study used probability sampling with simple random sampling technique. The method of data collection in this study used a questionnaire. Data analysis techniques in this study are descriptive analysis, classical assumption test, and multiple linear regression analysis. The research data was processed using SPSS 20.

The results showed that product quality had no effect on customer purchasing decisions, brand image had a positive effect on customer purchasing decisions, and price had a positive effect on customer purchasing decisions at GOOMA Tea Bar Mal Kelapa Gading.

The conclusion of this study is that product quality does not affect the purchasing decisions of GOOMA Tea Bar customers, brand image affect the purchasing decisions of GOOMA Tea Bar customers positively, and price affect the purchasing decisions of GOOMA Tea Bar customers positively. Researcher suggests that further researchers can develop this research by examining the influence of other variables that have not been studied that affect purchasing decisions.

Sastra cipta milik Dik Kwik Kian Gie (sekolah) dan Informatica Kwik Kian Gie (KIKG)

Hak cipta dilindungi Undang-undang

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.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi, baik berupa bimbingan, nasihat, dan dukungan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Liaw Bun Fa, S. E., M. M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dan dengan penuh kesabaran memberikan kritik dan saran, serta membimbing penulis dalam penulisan skripsi hingga selesai.
2. Seluruh dosen, petugas, dan staf Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajarkan ilmu yang berguna bagi penulis selama menjalani proses belajar dalam penyelesaian pendidikan S1 serta penulisan skripsi ini.
3. Tomas Herman Obadja dan Elizabeth selaku orangtua penulis yang telah mendukung dan mendoakan penulis selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.
4. Christopher Stevennis Deny yang senantiasa selalu menemani penulis, menjadi pendengar yang baik, serta memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Novia Alesia dan Cynthia Veronica yang senantiasa selalu menemani penulis selama perkuliahan berlangsung, serta memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

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. Natasia Eno dan Joselyn Gomulya selaku teman yang selalu menemani penulis dan menjadi pendengar yang baik dari masa sekolah hingga sekarang. Selalu memberikan doa dan motivasi serta menemani penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

7. Ayu Vinensia, Jovita Purwarahardja, dan Vilanny Suryadi yang senantiasa selalu menemani penulis selama perkuliahan berlangsung, serta memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

8. Tiffany Margareta dan Luisa Gabriella yang senantiasa selalu menemani penulis, menjadi pendengar yang baik, serta memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 22 September 2021

Natasha Josephine Obadja



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Batasan Penelitian	4
E. Rumusan Masalah	5
F. Tujuan Penelitian	5
G. Manfaat Penelitian	6
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teoritis	8
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Pemikiran	35
D. Hipotesis Penelitian	38
BAB III	39
METODE PENELITIAN	39
A. Obyek Penelitian	39
B. Disain Penelitian	39
C. Variabel Penelitian	41
D. Teknik Pengambilan Sampel	45

© Himpunan Psikologi Indonesia dan 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.



E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Teknik Analisis Data	47
BAB IV	55
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	55
B. Analisis Deskriptif.....	56
C. Hasil Penelitian	75
D. Pembahasan.....	78
BAB V	83
KESIMPULAN DAN SARAN	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	87
KARTU PROSES BIMBINGAN SKRIPSI	121
SURAT PERNYATAAN	122

Copyright © 2019 by Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 2.1 Penelitian Terdahulu 1.....	33
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2.....	33
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3.....	34
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu 4.....	34
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	42
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Citra Merek.....	43
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Harga.....	44
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 3.5 Tabel Skala Likert.....	47
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	57
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	58
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Harga.....	58
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan usia.....	61
Tabel 4.8 Data Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	62
Tabel 4.9 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4.10 Skor Rata-rata Variabel Kualitas Produk.....	64
Tabel 4.11 Skor Rata-rata Variabel Citra Merek.....	65
Tabel 4.12 Skor Rata-rata Variabel Harga.....	67
Tabel 4.13 Skor Rata-rata Variabel Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Kesesuaian Model.....	73

1. Dilarang menyalin, menjiplak, atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber. Dilarang menyalin, menjiplak, atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber. Dilarang menyalin, menjiplak, atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Regresi.....	74
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi.....	75

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 GAMBAR

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

Gambar 1.1 Minat Masyarakat.....	2
Gambar 1.2 Logo GOOMA.....	2
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	29
Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran.....	35

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 Pernyataan Kuesioner.....	87
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	99
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	108
Lampiran 4 Analisis Data Responden.....	109
Lampiran 5 Analisis Deskriptif.....	114
Lampiran 6 Uji Normalitas.....	118
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas.....	118
Lampiran 8 Uji Heterokedastisitas.....	119
Lampiran 9 Koefisien Determinasi.....	119
Lampiran 10 Uji Kesesuaian Model.....	120
Lampiran 11 Uji Koefisien Regresi.....	120

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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.

