

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI JANJI JIWA DI JAKARTA

Diajukan Oleh:

Nama : Muhammad Rizqullah

NIM : 21209064

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 2024**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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 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.



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

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.

PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI JANJI JIWA DI
JAKARTA**

Diajukan Oleh :

Nama : Muhammad Rizqullah

NIM : 21209064

Jakarta, 9 September 2024

Disetujui Oleh :

Pembimbing:

(Dr. Drs. Tony Sitinjak , M.M)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA
AGUSTUS 2024**



ABSTRAK

Muhammad Rizqullah / 21209064 / 2024 / Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Jakarta / Pembimbing: Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M

Di Indonesia bisnis kopi sangat kompetitif dan dinamis, mencerminkan perkembangan pesat dalam industri ini. Beberapa faktor yang mempengaruhi persaingan bisnis kopi di Indonesia antara lain adalah meningkatnya permintaan domestik dan internasional, pertumbuhan kedai kopi modern, dan inovasi produk. Kedai kopi seperti Janji Jiwa, Fore, Kulo, Kopi Kenangan dan banyak lainnya telah tumbuh pesat di kota-kota besar dan menengah di Indonesia khususnya di Jakarta. Kunci utama Kopi Janji Jiwa untuk memenangkan persaingan adalah dengan cara memberikan kualitas layanan dan citra merek yang baik kepada pelanggan. Kualitas layanan Kopi Janji Jiwa mencakup berbagai aspek yang memastikan pelanggan mendapatkan pengalaman yang memuaskan dan konsisten, staf yang ramah dan profesional sangat penting untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Kopi Janji Jiwa telah membangun citra merek yang kuat sebagai penyedia kopi yang terjangkau, cepat saji, dan berkualitas. Asosiasi ini penting dalam menarik segmen pasar tertentu, terutama di kalangan generasi muda yang mencari kenyamanan dan gaya hidup modern. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian kopi Janji Jiwa di Jakarta.

Teori yang peneliti gunakan untuk mendukung penelitian ini adalah teori kualitas layanan, citra merek dan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, kualitas layanan dan citra merek merupakan variabel independen serta keputusan pembelian merupakan variabel dependen.

Objek penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Jakarta, yang pernah membeli Kopi Janji Jiwa. Teknik pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara *online* melalui *google form* kepada 145 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling*. prosedur yang digunakan untuk melakukan pengujian model dan pengolahan data adalah dengan menggunakan *software* IBM SPSS 25.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya adalah bahwa responden menilai kualitas layanan dan citra merek Kopi Janji Jiwa sudah baik, dan keputusan pembelian pelanggan yang baik. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan Kopi Janji Jiwa mencari layanan yang cepat dan responsif dan juga pelanggan Kopi Janji Jiwa selalu mengikuti perkembangan gaya hidup modern di kota terutama di Jakarta.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas layanan dan citra merek terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra merek berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa.

Kata kunci : kualitas layanan, citra merek , keputusan pembelian



ABSTRACT

Muhammad Rizqullah / 21209064 / 2024 / The Effect of Service Quality and Brand Image on Purchasing Decisions for Janji Jiwa Coffee in Jakarta / Advisor: Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

In Indonesia, the coffee business is very competitive and dynamic, reflecting the rapid development in this industry. Some of the factors affecting coffee business competition in Indonesia include increasing domestic and international demand, the growth of modern coffee shops, and product innovation. Coffee shops such as Janji Jiwa, Fore, Kulo, Kopi Kenangan and many others have grown rapidly in big and medium cities in Indonesia especially in Jakarta. The main key for Kopi Janji Jiwa to win the competition is by providing good service quality and brand image to customers. With good service quality and brand image, it can influence purchasing decisions. The more quality service provided, the more satisfied customers will be and increase customer purchasing decisions. Kopi Janji Jiwa has built a strong brand image as a provider of affordable, fast and quality coffee. This association is important in attracting certain market segments, especially among the younger generation who seek convenience and a modern lifestyle. Therefore, researchers are interested in conducting a research entitled the effect of service quality and brand image on purchasing decisions for Janji Jiwa coffee in Jakarta.

The theory that researchers use to support this research is the theory of service quality, brand image and purchasing decisions. In this research, service quality and brand image are independent variables and purchasing decisions are dependent variables.

The object of this research is people who live in Jakarta, who have bought Kopi Janji Jiwa. The data collection technique used in this research is a communication technique using a questionnaire distributed online via google form to 145 respondents. The sampling technique used is non-probability sampling technique using a purposive sampling approach. the procedure used to test the model and process data is using IBM SPSS 25.0 software.

The results of this research indicate that service quality and brand image have a positive and significant influence on purchasing decisions. This means that respondents assess the quality of service and brand image of Kopi Janji Jiwa is good, and customer purchasing decisions are good. This research shows that Kopi Janji Jiwa customers are looking for fast and responsive services and also Kopi Janji Jiwa customers always keep up with the development of modern lifestyles in the city, especially in Jakarta.

The conclusion of this research is that service quality and brand image have a proven positive and significant effect on purchasing decisions. This shows that service quality and brand image play an important role in influencing purchasing decisions for Soul Promise Coffee.

Keywords: service quality, brand image, purchasing decisions.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Jakarta”. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak tersebut, antara lain :

1. Bapak Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan waktunya untuk memberikan bekal ilmu dan pengajaran yang sangat berharga serta mendidik hingga selesainya skripsi ini
2. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu kepada peneliti selama menempuh pendidikan yang berada di kampus
3. Kedua orang tua dan keluarga peneliti dan juga saudara-saudara yang senantiasa mendoakan dan semangat yang begitu berarti bagi peneliti selama mengerjakan skripsi
4. Teman saya yang bernama Raja dan Unggul Bima sebagai teman seperjuangan yang selalu mengajak saya untuk mengerjakan skripsi di McDonald’s Artha Gading. Mereka juga yang mendorong saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu
5. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum bisa dikatakan sempurna, namun peneliti berharap semoga skripsi ini dapat membantu dalam menambah wawasan bagi banyak pihak khususnya bagi perkembangan akademik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Jakarta, Agustus 2024

Peneliti

(Muhammad Rizqullah)



DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	8
D. Batasan Penelitian.....	9
E. Rumusan Masalah.....	9
F. Tujuan Penelitian	9
G. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teoritis	11
1. Kualitas Layanan.....	11
2. Citra Merek	14
3. Keputusan Pembelian.....	17
B. Peneliti Terdahulu	20
C. Kerangka Pemikiran.....	22

©

HaCipta dan Info IBI Kwik Kian Gie (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Objek Penelitian.....	25
B. Desain Penelitian	25
C. Variabel Penelitian.....	28
1. Kualitas Layanan (X_1) :.....	29
2. Citra Merek (X_2) :	30
3. Keputusan Pembelian (Y) :	31
D. Teknik Pengambilan Sampel	32
E. Teknik Pengumpulan data.....	32
F. Teknik Analisis data.....	33
1. Uji Validitas	33
2. Uji Reliabilitas	33
3. Analisis Deskriptif	34
4. Skala Likert	35
5. Uji Asumsi Klasik.....	37
6. Analisis Linear Berganda.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
B. Hasil Penelitian	42
1. Analisis Deskriptif	42
2. Uji Validitas	45
3. Uji Reliabilitas	49
4. Analisis Variabel.....	50
5. Uji Asumsi Klasik.....	57
6. Analisis Linear Berganda.....	60

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Pembahasan Hasil Penelitian	63
1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	65
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN	72
LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	73
LAMPIRAN 2 Data Tabulasi Kuesioner.....	81
LAMPIRAN 3 Hasil <i>Output</i> SPSS 25.0	98
1. Uji Validitas	98
2. Uji Reliabilitas	100
3. Profil Responden.....	101
4. Statistik Deskriptif Variabel.....	102
5. Uji Asumsi Klasik.....	111
6. Analisis Linear Berganda.....	113



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Makanan dan Minuman (Kedai Kopi)	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Pertama	20
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu Kedua.....	20
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu Ketiga	21
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu Keempat.....	21
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu Kelima	21
Tabel 2.6	Penelitian Terdahulu Keenam.....	22
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan.....	29
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Citra Merek	30
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	31
Tabel 3.4	Skala Likert	36
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Pernah Membeli Kopi Janji Jiwa di Jakarta	43
Tabel 4.2	Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili di Jakarta.....	43
Tabel 4.3	Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.4	Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.5	Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Layanan)	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Citra Merek).....	47
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	48
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Kualitas Layanan), Variabel X2 (Citra Merek), Variabel Y (Keputusan Pembelian)	50
Tabel 4.10	Skor Rata – Rata Variabel Kualitas Layanan (X1).....	50
Tabel 4.11	Skor Rata – Rata Variabel Citra Merek (X2).....	54
Tabel 4.12	Skor Rata – Rata Variabel Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas Menggunakan <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	58



Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial)	61
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan).....	62
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tujuh Kedai Kopi Lokal Terfavorit.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3.1 Rentang Skala Likert	36
Gambar 4.1 Logo <i>Brand Janji Jiwa</i>	41

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (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	72
LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	73
LAMPIRAN 2 Data Tabulasi Kuesioner.....	81
LAMPIRAN 3 Hasil <i>Output</i> SPSS 25.0.....	98
Uji Validitas	98
Uji Reliabilitas	100
Profil Responden.....	101
Statistik Deskriptif Variabel.....	102
Uji Asumsi Klasik.....	111
Analisis Linear Berganda.....	113

Hak Cipta milik IBIKKG (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.