

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
KONSUMEN GERAJ KOPI
STARBUCKS DI
JAKARTA**

Nama : Glenn Oktavianto

NIM : 71200311

Konsentrasi : Bisnis Digital

Karya Akhir

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Administasi Bisnis



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Program Studi Administrasi Bisnis
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jakarta
2024

© 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.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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 CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG KONSUMEN
PADA GERAJ KOPI STARBUCKS
DI JAKARTA

Diajukan Oleh:

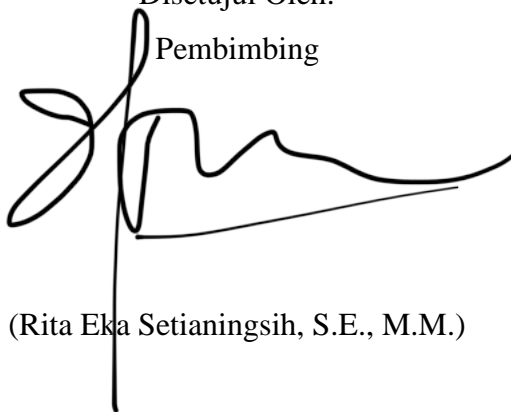
Nama : Glenn Oktavianto

NIM : 71200311

Jakarta, 22 Agustus 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing



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

Program Studi Administrasi Bisnis
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Jakarta
2024



ABSTRAK

Glenn Oktavianto / 71200311 / Pengaruh Citra Merk dan Persepsi Harga Dalam Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pada Gerai Kopi Starbucks Di Jakarta / Dosen Pembimbing : Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Minum kopi telah menjadi sebuah ritual yang dianggap wajib oleh sejumlah orang, membentuk suatu gaya hidup. Booming-nya berbagai gerai kopi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mencerminkan tren ini, terlihat dari peningkatan jumlah kedai kopi secara signifikan dan meningkatnya pembelian kopi dalam negeri.

Citra merek dan persepsi harga menjadi variabel penting dalam penelitian ini, karena keduanya memiliki peran penting dalam membentuk keputusan pembelian ulang konsumen. Citra merek mencakup *reputation*, *recognition*, *affinity*, dan *brand loyalty* sebuah produk, sementara persepsi harga meliputi keterjangkauan harga, harga ganjil yang ditetapkan, kesesuaian harga dan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga sesuai kemampuan yang diberikan oleh penjual. Penelitian ini menyoroti pentingnya kedua aspek tersebut, terutama dalam konteks pembelian ulang kopi Starbucks di Jakarta.

Objek penelitian ini adalah Starbucks di Jakarta, sampel penelitian diambil dari 130 responden yang diantaranya untuk pra kuesioner mengambil 30 responden dan untuk kuesioner yang sudah valid dan reliabel mengambil 100 *real* responden yang pernah melakukan pembelian minimal dua kali di gerai Starbucks Jakarta. Penelitian ini mengumpulkan data melalui penyebaran kuisisioner melalui google form yang memuat pertanyaan terkait dengan variabel yang diteliti. Uji hipotesis diadakan secara kuantitatif. Pengujian instrument mempergunakan uji validitas dan reliabilitas, metode analisis regresi linier berganda mempergunakan uji F, uji t dan koefisien determinasi. Data diolah menggunakan IBM SPSS 25.

Dari hasil yang diolah menunjukkan bahwa pada uji asumsi klasik memenuhi syarat normalitas dan residu berdistribusi normal, tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, dan tidak ada gejala multikolinearitas. Hasil penelitian membuktikan responden setuju bahwa citra merek dan persepsi harga pada gerai Starbucks Jakarta baik. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang sedangkan persepsi harga juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang.

Kesimpulannya citra merek dan persepsi harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian ulang walaupun masih dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor lain. Kedepannya Starbucks di Jakarta harus tetap menjaga dan melakukan peningkatan terhadap citra merek dan persepsi harga guna meningkatkan keputusan pembelian ulang

Kata Kunci: Citra Merek, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian 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.



KATA PENGANTAR

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Saya mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat, anugerah, dan karunia-Nya yang memungkinkan saya menyelesaikan penelitian ini sebagai bagian dari tugas akhir dalam rangka menyelesaikan studi penelitian saya.

Saya juga ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi selama saya menjalani proses penulisan skripsi ini. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendampingi serta memberikan dukungan, doa dan kontribusi untuk menyelesaikan skripsi. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Saudara/Saudari:

1. Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing skripsi peneliti yang telah bantu membimbing dan memberikan arahan, waktu, pikiran dan tenaga kepada peneliti dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.

2. Seluruh Dosen pengajar di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik, dan memberikan ilmu kepada peneliti hingga akhir perkuliahan terlaksana.

3. Orang tua, keluarga, sahabat yang telah menemani dan mendukung penulis sampai penyusunan skripsi selesai.

4. Nadya Attahira yang telah menemani dan membantu memberikan segala bentuk dukungan dari awal sehingga terbentuk nya skripsi sampai selesai.

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.



5 **Hak cipta milik IBI KK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Fachreza Gusti Hamurdana, Muhammad Biru Stara Lazuardi sebagai rekan kerja yang telah membantu memberikan dukungan sehingga terbentuknya penelitian skripsi hingga selesai.

Saya sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini, ada keterbatasan yang saya alami. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk membantu perbaikan di masa yang akan datang. Saya berharap skripsi ini akan memberikan manfaat yang positif bagi ilmu pengetahuan dan masyarakat.

Sebagai penutup, saya berharap penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik yang saya teliti dan menjadi dasar pertimbangan untuk penelitian yang akan datang. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan rahmat dan berkat-Nya dalam setiap langkah kehidupan kita. Amin.

Jakarta, 22 Agustus 2024

Oleh Oktavianto

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

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Batasan Penelitian	8
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	9
G. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Objek Penelitian	26
B. Desain Penelitian.....	26
C. Variabel Penelitian	26
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Teknik Analisis Data.....	30

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang
 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.



BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
B. Hasil Analisis	40
C. Pembahasan.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	59

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik 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.



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kedai Makanan Minuman di Jakarta 2020.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Variabel Citra Merek	27
Tabel 3. 2 Variabel Persepsi Harga.....	28
Tabel 3. 3 Variabel Keputusan Pembelian Ulang	29
Tabel 3. 4 Skala Likert	30
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	39
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Citra Merek	41
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	41
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Ulang.....	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	43
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga.....	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian Ulang	44
Tabel 4. 11 Rata – Rata Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek	44
Tabel 4. 12 Rata – Rata Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga	46
Tabel 4. 13 Rata – Rata Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Ulang.....	47
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	49
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4. 18 Hasil Uji Simultan.....	51
Tabel 4. 19 Hasil Uji Parsial	51
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	52

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 GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	23
---------------------------------------	----

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

