



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA, *WORD OF MOUTH*, *BRAND AWARENESS*, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

PRADIPA AMMAR RAIHAN

41220073

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PERADABAN
BUMIAYU
2024**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA, *WORD*
OF MOUTH, *BRAND AWARENESS*, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

PRADIPA AMMAR RAIHAN

41220073

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PERADABAN
BUMIAYU**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA, WORD OF MOUTH, BRAND AWARENESS, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE”**.

Oleh:

Nama : PRADIPA AMMAR RAIHAN

NIM : 41220073

Program Studi : SI Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 12 Bulan September tahun 2024

**Nama Penguji
Ketua Tim Penguji/Pembimbing**

Dr. Qori Al Banin, S.E., M.Si
NIDN. 0607098601

**Nama Penguji
Ketua Tim Penguji 1**

Mukhroji, S.E., M.M.
NIDN. 0621058902

**Nama Penguji
Ketua Tim Penguji 2**

Dr. Sutarmin, S.Si., M.M
NIDN. 0621097401

Tanda Tangan



Diterima dan Disahkan
pada tanggal...22 Oktober 2024.....

**Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis**



Mukhroji, S.E., M.M
NIPY. 16.02.120

**Ketua
Program Studi S1 Manajemen**



Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Pradipa Ammar Raihan

NIM : 41220073

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Bumiayu, 12 September 2024

Yang membuat pernyataan



Pradipa Ammar Raihan

NIM. 41220073

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Moh. Kadarisman, S.H. M.Si., Selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji. S.E. M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban sekaligus dosen penguji/penelaah 1 saya yang telah memberikan banyak masukan yang bermanfaat demi perbaikan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Sarah Dien Hawa. S.E., M.Si sebagai ketua jurusan Menejemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
4. Ibu Dr. Qori Al Banin, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing saya yang telah banyak berkontribusi dalam menyediakan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan arahan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dr. Sutarmin, S.Si., M.M., selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan arahan dan kontribusi dalam perbaikan penyusunan skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terima kasih atas pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi ini.
7. Karyawan dan Staff Universitas Peradaban yang sangat ramah memberikan pelayanan kepada semua Mahasiswa.
8. Ayah dan Ibu tercinta, yang tak henti-hentinya memanjatkan doa dan selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan studi dan proses

penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas semua pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis.

9. Teruntuk sang kekasih Nur Aji Dewi Lestari yang selalu memberikan support dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini, kau yang terbaik di antara yang baik.
10. Teman-teman seperjuangan yang selalu support untuk senantiasa berkembang. Terima kasih atas kebersamaannya selama penulis menempuh studi di Program Studi S-1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
11. Berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, semoga Allah membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi yang telah disusun dapat bermanfaat untuk semua orang, atas kritik dan saran yang dapat membangun dari berbagai pihak demi terselesaikannya skripsi ini. oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Paguyangan, 12 September 2024
Yang membuat pernyataan,

Pradipa Ammar Raihan
NIM. 41220073

ABSTRAK

Indonesia memiliki latar belakang yang kaya dalam budaya kopi, salah satu produk kopi yang terkenal di Indonesia adalah Luwak White Koffie. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, harga, *word of mouth*, *brand awareness* dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada luwak white koffie. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 97 pelanggan yang mengonsumsi luwak white koffie di seluruh wilayah Indonesia. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability* sampling dengan metode *purposive sampling* dengan menyebarkan kuesioner penelitian melalui *google form* dan diolah dengan bantuan *software SPSS V26*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi, harga dan *word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian luwak white koffie, sedangkan *brand awareness* dan citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian luwak white koffie.

Kata Kunci: Kualitas produk, promosi, harga, *word of mouth*, *brand awareness*, citra merek, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Indonesia has a rich background in coffee culture, one of the famous coffee products in Indonesia is Luwak White Koffie. This study aims to analyze the influence of product quality, promotion, price, word of mouth, brand awareness and brand image on the purchase decision of Luwak White Koffie. The population and sample used in this study were 97 customers who consumed white koffie civets throughout Indonesia. The sampling technique in this study uses non-probability sampling with the purposive sampling method by distributing research questionnaires through google forms and processed with the help of SPSS V26 software. The results of this study show that product quality, promotion, price and word of mouth have a positive effect on the purchase decision of Luwak White Koffie, while brand awareness and brand image have no effect on the purchase decision of Luwak White Koffie

Keyword: *Product quality, promotion, price, word of mouth, brand awareness, brand image, purchasing decision.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	10
A. Telaah Pustaka	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Kualitas Produk	12
3. Promosi.....	14

4. Harga	16
5. <i>Word Of Mouth</i>	19
6. <i>Brand Awareness</i>	21
7. Citra Merek.....	23
B. Perumusan Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	40
A. Metode Penelitian	40
1. Jenis Penelitian	40
2. Lokasi Penelitian	40
3. Waktu Penelitian.....	40
4. Populasi dan Sampel.....	40
5. Sumber data	42
6. Teknik Pengumpulan Data	43
7. Definisi Konsep dan Oprasional Variabel	44
B. Teknik Analisis Data	48
1. Uji Instrumen.....	48
2. Analisis Deskriptif.....	50
3. Uji Asumsi Klasik.....	51
4. Analisis Regresi Berganda.....	53
5. Uji Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
1. Sejarah singkat perusahaan.....	57
2. Gambaran Umum Responden.....	57

B. Analisis Data dan Pembahasan	60
1. Uji Instrumen.....	60
2. Analisis Deskriptif.....	63
3. Uji Asumsi Klasik.....	74
4. Uji Hipotesis.....	78
5. Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Produksi Kopi Tahun 2020-2023	1
Tabel 2. <i>Top Brand Index</i> Pada Tahun 2020-2024	3
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel (Lanjutan).....	46
Tabel 5. Definisi Operasional Variabel (Lanjutan).....	47
Tabel 6. Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 7. Kriteria Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 8. Hasil Uji Validitas	61
Tabel 9. Hasil Uji Realibilitas	62
Tabel 10. Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	63
Tabel 11. Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1).....	64
Tabel 12. Jawaban Responden Variabel Promosi (<i>promotion</i>) (X2).....	66
Tabel 13. Jawaban Responden Variabel Harga (<i>Price</i>) (X3).....	68
Tabel 14. Jawaban Responden Variabel <i>Word Of Mounth</i> (X4).....	69
Tabel 15. Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awerness</i> (X5)	70
Tabel 16. Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awerness</i> (X5) Lanjutan	71
Tabel 17. Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X6)	72
Tabel 18. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Persamaan 1	74
Tabel 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 20. Hasil Uji Multikolineritas.....	76
Tabel 21. Hasil Regresi Linear Berganda (X1,X2,X3,X4,X5,X6 → Y).....	76
Tabel 22. Hasil Uji F Persamaan 1 (X1,X2,X3,X4,X5,X6 → Y)	80
Tabel 23. Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 1	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	38
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y).....	102
Lampiran 3. Tabulasi Data Kualitas Produk (X1).....	105
Lampiran 4. Tabulasi Data Promosi (X2)	108
Lampiran 5. Tabulasi Data Harga (X3).....	111
Lampiran 6. Tabulasi Data <i>Word Of Mouth</i> (X4).....	114
Lampiran 7. Tabulasi Data <i>Brand Awareness</i> (X5).....	117
Lampiran 8. Tabulasi Data Citra Merek (X6)	120
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	123
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	124
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Promosi (X2).....	125
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Harga (X3)	126
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Variabel <i>word of mouth</i> (X4).....	127
Lampiran 14. Hasil Uji Validitas <i>Brand Awaraness</i> (X5).....	128
Lampiran 15. Hasil Uji Validitas Citra Merek (X6).....	129
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	130
Lampiran 17. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1).....	131
Lampiran 18. Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X2).....	132
Lampiran 19. Hasil Uji Reliabilitas Harga (X3)	133
Lampiran 20. Hasil Uji Reliabilitas <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	134
Lampiran 21. Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Awareness</i> (X5).....	135
Lampiran 22. Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X6)	136
Lampiran 23. Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	137
Lampiran 24. Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X1)	139
Lampiran 25. Hasil Analisis Deskriptif Promosi (X2).....	142
Lampiran 26. Hasil Analisis Deskriptif Harga (X3)	145
Lampiran 27. Hasil Analisis Deskriptif <i>Word Of Mouth</i> (X4)	147
Lampiran 28. Hasil Analisis Deskriptif <i>Brand Awareness</i> (X5)	149

Lampiran 29. Hasil Analisis Deskriptif Citra Merek (X6).....	151
Lampiran 30. Uji Normalitas	153
Lampiran 31. Uji Multikolinearitas	155
Lampiran 32. Uji Regresi Linier Berganda.....	156
Lampiran 33. Riwayat Hidup.....	157