



**PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA UMKM KOPI ROBUSTA
KECAMATAN SALEM**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh

SAHRUL SAPUTRA

41221112

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU
2025**



**PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA UMKM KOPI ROBUSTA
DI KECAMATAN SALEM**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh

SAHRUL SAPUTRA

41221112

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU
2025**

MOTO PERSEMBAHAN

Lokasi lahir boleh dimana saja, tapi lokasi mimpi harus dilangit

(H. Anies Rasyid Baswedan)

Untuk apapun yang terjadi, aku hanya ingin menjadi sebaik-baiknya manusia. Bahkan dititik terburuku dalam hidup, aku selalu ingin bermanfaat bagi banyak orang dan lingkungan sekitar.

Persembahan untuk Ayah dan Ibu . Dengan segala kerendahan hati, saya persembahkan pencapaian ini untuk Ayah dan Ibu, dua sosok yang menjadi alasan saya bisa berdiri sejauh ini. Segala mimpi yang saya kejar tak pernah lepas dari doa, cinta, dan pengorbanan kalian yang begitu tulus. Saat dunia terasa berat, kalian adalah rumah yang selalu terbuka. Ketika saya merasa tidak mampu, kalian hadir dengan keyakinan yang menguatkan. Saat saya terdiam karena kecewa, kalian mendengarkan tanpa menghakimi. Ketika saya kehilangan arah, kalian menunjukkan jalan dengan kasih sayang. Ayah dan Ibu, kalian adalah kekuatan saya. Tak ada kata yang bisa menggambarkan betapa besar peran kalian dalam hidup saya. Saya sadar, apa yang saya capai hari ini bukan karena saya hebat, tapi karena kalian tak pernah berhenti percaya dan mendoakan saya. Ayah, semoga Allah selalu melimpahkan kesehatan dan ketenangan untukmu. Ibu, semoga surga menjadi tempatmu kelak, sebagai balasan atas cinta dan sabar yang kau berikan tanpa batas. Saya mungkin belum menjadi yang terbaik, tapi saya berjanji untuk terus tumbuh dan belajar, agar kelak bisa menjadi kebanggaan kalian. Pencapaian ini, sekecil apapun itu, adalah wujud terima kasih saya atas segalanya. Untuk Ayah dan Ibu, segalanya adalah untuk kalian alanku untuk terus melangkah dan berjuang.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH *MARKETING MIX* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM KOPI ROBUSTA KECAMATAN SALEM**

Oleh

Nama : Sahrul Saputra
NIM : 41221112
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal 4 Juni 2025

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

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

NIDN. 0622059001

Dosen Penguji I

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

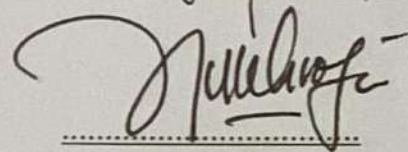
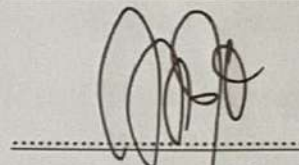
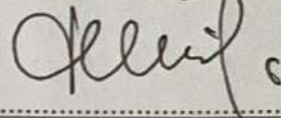
NIDN. 0607098601

Dosen Penguji II

Mukroji S.E., M.M.

NIDN. 0621058902

Tanda Tangan



Diterima dan disahkan

Pada tanggal Juli 2025

Dekan

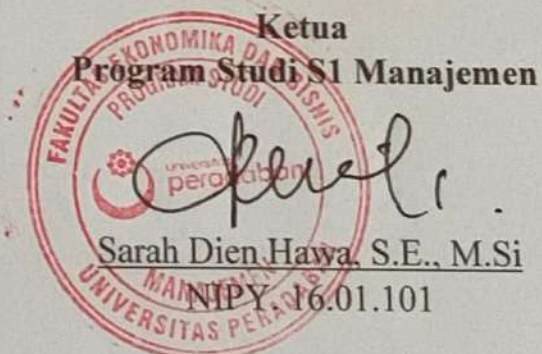
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Mukroji, 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 : Sahrul Saputra

NIM : 41221112

Jurusan : S1 Manajemen

Memaparkan dengan jujur, bahwa skripsi ini merupakan karya orisinil saya sepenuhnya, dan tidak ada bagian ddari tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai milik saya, kecuali disebutkan secara tertulis dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar pustaka.

Jika dikemudian hari nanti terungkap atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat, saya siap menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan, 15 Agustus 2025



nyataan

Sahrul Saputra

NIM. 41221112

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *marketing mix* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada umkm kopi robusta kecamatan salem”, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen pada program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan, arahan dan bimbingan berbagai pihak, baik selama masa perkuliahan maupun saat penulisan skripsi. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Dan dosen pembimbing yang telah dengan penuh kesabaran meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing serta memberikan saran yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terima kasih atas pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi ini.
5. Terima kasih yang tulus saya ucapkan kepada orang tua saya, bapak Uus Rusmanto dan Ibu Rokhayati, yang menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah saya. Doa, kasih sayang, dan pengorbanan kalian adalah alasan saya mampu sampai di titik ini.
6. Saya juga menyampaikan terima kasih kepada kakak saya, Rudi Hartono, S.M., atas dukungan, semangat, dan inspirasinya yang turut memberi motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Untuk teman seperjuangan, Santika, Zellina, Arum, Ahda yang telah menjadi tempat berbagi cerita, tawa dan tangis selama ini. Dukungan dan kehadiran kalian adalah bentuk semangat yang tak ternilai dalam perjalanan akademik saya
8. Terima kasih yang mendalam kepada Meriza, Voni, Ana, Mia dan seluruh teman teman Manajemen 2021. Kita telah melewati banyak rintangan bersama dan setiap langkah perjuangan ini terasa lebih berarti karena kita melakukannya bersama. Apresiasi saya untuk setiap momen, tawa dan dukungan yang kita bagi dalam perjalanan ini. Kita saling menguatkan, dan itu yang membuat perjalanan ini indah.
9. Kepada diri saya sendiri, terimakasih telah bertahan. Terimakasih telah melewati malam penuh keraguan, hari yang melelahkan. Dalam perjalanan ini, saya belajar bahwa proses bukan hanya tentang hasil akhir, melainkan tentang keberanian untuk terus melangkah meski seringkali tanpa kepastian.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan,

Penulis

Sahrul Saputra

NIM. 41221112

ABSTRAK

Keputusan pembelian mencerminkan sejauh mana konsumen tertarik dan yakin terhadap suatu produk yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *marketing mix* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian kopi Guwek. Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya sebuah fenomena penurunan penjualan pada UMKM kopi Guwek pada 6 bulan terakhir. Penelitian ini dilakukan di wilayah Salem, Kabupaten Brebes dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dengan *nonprobability sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner, dan analisis data menggunakan Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui program SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, harga dan tempat tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan promosi dan *brand image* memiliki pengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih mempertimbangkan seberapa menarik promosi yang dilakukan dan bagaimana citra merek terbentuk. Implikasi praktis dari temuan ini adalah pentingnya merancang strategi promosi yang efektifan membangun *brand image* yang kuat agar dapat bersaing di pasar lokal.

Kata Kunci: *Marketing Mix, Brand Image, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Purchase decision reflect the extent to which consumers are interested in and confident about a product being offered. This study aims to analyze the influence of the marketing mix and brand image on the purchase decision of Guwek Coffee. The research is motivated by a phenomenon of Guwek coffee. This study was conducted in Salem district, Brebes Regency using a quantitative approach. The sampling technique employed was non probability sampling, with a total of 100 respondents. Data was collected through questionnaires and analyzed using Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the SmartPLS program. The results show that product, price and place variables do not have a significant effect on purchase decisions. In contrast, promotion and brand image have a positive influence. This indicates that consumers are more influenced by how attractive the promotion is and how well the brand image is perceived. The partial implication of these findings is the importance of designing effective promotional strategies and building a strong brand image to compete in the local market.

Keywords: *Marketing Mix, Brand Image, Purchase Decision.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTO PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	11
A. Telaah Pustaka	11

1. Keputusan Pembelian.....	11
2. Produk.....	13
3. Harga.....	14
4. Tempat	15
5. Promosi.....	17
6. <i>Brand Image</i>	18
B. Perumusan Model Penelitian	20
1. Penelitian Terdahulu	20
2. Perumusan Hipotesis.....	20
3. Kerangka Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	24
A. Metode Penelitian	24
1. Jenis Penelitian.....	26
2. Waktu Penelitian	24
3. Populasi dan Sampel	25
4. Sumber Data	26
5. Teknik Pengumpulan Data	27
6. Definisi dan Oprasional Variabel.....	27
B. Teknik Analisis Data.....	29
1. Analisis Deskriptif	30

2. Analisis SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>).....	32
3. Evaluasi PLS	32
4. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	32
5. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	39
B. Analisis Data dan Pembahasan	43
C. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	51
1. <i>Convergent Validity</i>	51
2. <i>Construct Reliability dan Validity</i>	55
3. <i>Discriminant validity</i>	56
4. <i>Colinearity Statistic (Outer VIF)</i>	58
5. Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weight</i>	59
D. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	61
1. <i>Colonearity Statistics (Inner VIF)</i>	61
2. R^2	62
3. F^2	62
4. Q^2	63
5. <i>Pls-Predict</i>	64
6. Signifikansi dan Relevansi Koefisien Jalur (<i>Path Koefisien</i>)	65

7. <i>Confidence Interval</i> 95% dari Koefisien Jalur	66
8. Pengujian Hipotesis.....	67
9. Model Fit (SRMR)	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
1. Kesimpulan	80
2. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Produksi tanaman kopi kabupaten Brebes (2016-2018).	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. data penjualan UMKM Guwek 2024	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. Kesenjangan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 5. Skala <i>Likert</i>	27
Tabel 6. Definisi Oprasional Variabel	28
Tabel 7. Tabel Skala Pengukuran	30
Tabel 8. Nilai Indeks	31
Tabel 9. Tabel Kuisioner	41
Tabel 10. Jawaban Responden Variabel Produk	43
Tabel 11. Jawaban Responden Variabel Harga	45
Tabel 12. Jawaban Responden Variabel tempat	46
Tabel 13. Jawaban Responden Variabel Promosi.....	47
Tabel 14. Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	49
Tabel 15. Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 16. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen Produk.....	52
Tabel 17. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen Harga	53
Tabel 18. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen Tempat	53
Tabel 19. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen Promosi	54
Tabel 20. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen <i>Brand Image</i>	54
Tabel 21. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen Keputusan Pembelian	54

Tabel 22. <i>Construct Reliability dan Validity</i>	55
Tabel 23. Nilai <i>Cross Loading</i>	57
Tabel 24. <i>Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity</i>	58
Tabel 25. <i>Outer VIF</i>	59
Tabel 26. Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weight</i>	59
Tabel 27. <i>Colonearity Statistics (Inner VIF)</i>	61
Tabel 28. <i>R Square</i>	62
Tabel 29. <i>F Square</i>	63
Tabel 30. <i>Q2</i>	64
Tabel 31. Hasil perhitungan <i>Pls-Predict</i>	64
Tabel 32. Hasil <i>t statistic</i>	65
Tabel 33. <i>Confidence Interval 95%</i> dari Koefisien Jalur	66
Tabel 34. Total <i>Direct Effect</i>	68
Tabel 35. Hasil Hipotesis	70
Tabel 36. Model SRMR	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	23
Gambar 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. Responden Berdasarkan Usia	42
Gambar 4. Hasil Uji <i>Outer</i> Model	52
Gambar 5. Hasil Pengujian Hipotesis	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisoner Penelitian	94
Lampiran 2. Tarbulasi Data Variabel Produk.....	98
Lampiran 3. Tarbulasi Data Variabel Harga	100
Lampiran 4. Tarbulasi Data Variabel Tempat	102
Lampiran 5. Tarbulasi Data Variabel Promosi.....	104
Lampiran 6. Tarbulasi Data Variabel <i>Brand Image</i>	106
Lampiran 7. Tarbulasi Data Variabel Keputusan Pembelian	108
Lampiran 8. Nilai <i>Loading Factor</i>	110
Lampiran 9. <i>Output Construk Reliability</i>	111
Lampiran 10. Nilai <i>Cross Loading</i>	112
Lampiran 11. <i>Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity</i>	112
Lampiran 12. <i>Output Collinearity Statistic Outer VIF (Outer VIF)</i>	113
Lampiran 13. <i>Output Signifikansi dan Relevansi Outer Weight</i>	113
Lampiran 14. <i>Output Colinearity Statistic (Inner VIF)</i>	114
Lampiran 15. <i>Output R2</i>	115
Lampiran 16. <i>Output F2</i>	116
Lampiran 17. <i>Output Q2</i>	117
Lampiran 18. <i>Output Hasil Perhitungan PLS-Predict</i>	118
Lampiran 19. <i>Output Hasil T-Statistic</i>	119
Lampiran 20. <i>Confidence Interval 95% dari Koefisien Jalur</i>	120
Lampiran 21. <i>Total Direct Effect</i>	121
Lampiran 22. <i>Output Model (SRMR)</i>	122

Lampiran 23. Gambar Hasil Uji <i>Outer</i> Model	123
Lampiran 24. Daftar Riwayat Hidup	124