

**PENGARUH CITRA PRODUK, CITRA PERUSAHAAN, DAN CITRA
PEMBELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (*PURCHASE
DECISION*) PADA KONSUMEN STARBUCKS**

(Penelitian Dilakukan Terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Katolik Soegijapranata)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Kesarjanaan

Strata Satu (S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



DISUSUN OLEH :

BTARI LUKI KRISTABERYL

12.30.0283

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA PRODUK, CITRA PERUSAHAAN, DAN CITRA
PEMBELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (*PURCHASE
DECISION*) PADA KONSUMEN STARBUCKS**

(Penelitian Dilakukan Terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Katolik Soegijapranata)

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Nama : Btari Luki Kristaberyl

NIM : 12.30.0283

Konsentrasi : Pemasaran

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah diterima dan disetujui :

Semarang, 31 Agustus 2018

Dosen Pembimbing



(DRS. R. BOWO HARCAHYO, MBA)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI DENGAN JUDUL :

**Pengaruh Citra Produk, Citra Perusahaan, Dan Citra Pembeli Terhadap
Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*) Pada Konsumen Starbucks**

(Penelitian Dilakukan Terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Katolik Soegijapranata)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Btari Luki Kristaberyl

NIM : 12.30.0283

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah dipertahankan di hadapan Tim penguji pada

Tim Penguji

Koordinator

Anggota

Anggota

(Sentot Suciarto A,Ph.D.) (Dr. MY. Dwi Hayu Agustin,MBA) (Drs. R. Bowo H,MBA)

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

(Dr. Octavianus D. Hartomo, MSt)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Btari Luki Kristaberyl

NIM : 12.30.0283

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi atau bentuk-bentuk kecurangan, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 31 Agustus 2018

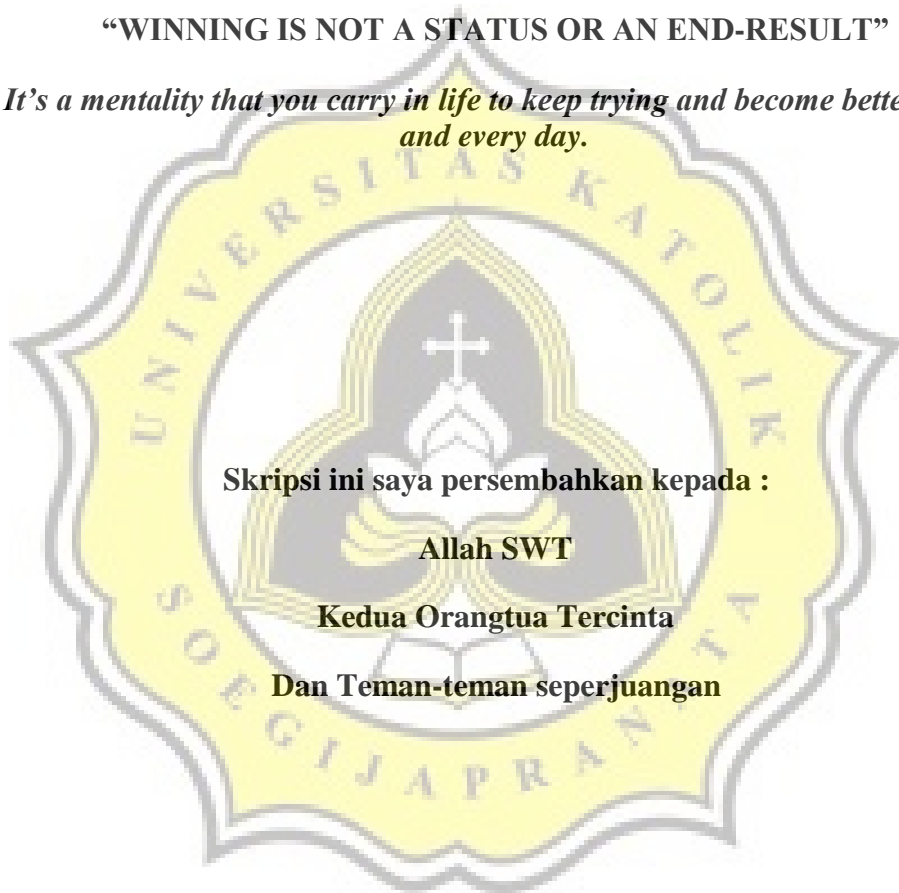
(Btari Luki Kristaberyl)



HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“WINNING IS NOT A STATUS OR AN END-RESULT”

It's a mentality that you carry in life to keep trying and become better each and every day.



Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Allah SWT

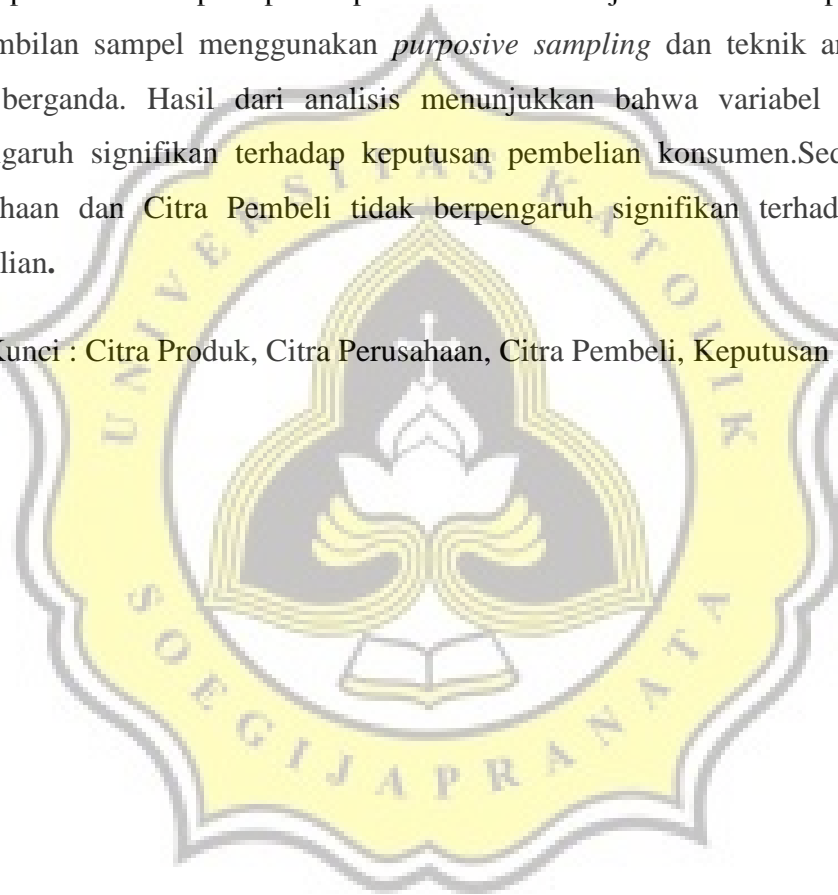
Kedua Orangtua Tercinta

Dan Teman-teman seperjuangan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Produk, Citra Perusahaan, Dan Citra Pembeli Terhadap Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*) yang dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata. Sampel pada penelitian ini berjumlah 45 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa variabel Citra Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan Citra Perusahaan dan Citra Pembeli tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Produk, Citra Perusahaan, Citra Pembeli, Keputusan Pembelian.



KATA PENGANTAR

PujiSyukur kepada Allah SWT karena atas rahmat dan hidayahNya Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Produk, Citra Perusahaan, Dan Citra Pembeli Terhadap Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*) Pada Konsumen Starbucks (Penelitian Dilakukan Terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi tugas akhir sekaligus melengkapi syarat demi memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Dalam penyelesaian skripsi ini Penulis mendapatkan banyak bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini, Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Dr. Octavianus D. Hartomo, MSI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.
2. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, saran dan arahan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat tersusun dengan baik.
3. Bapak Sentot Suciarto A., Ph.D., Ibu Dr. MY. Dwi Hayu Agustin, MBA , serta Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA yang telah membantu saat proses ujian maupun bimbingan skripsi
4. Kedua Orang Tua Saya Tercinta, Ibu Kristinah, S.E dan Bapak Ir. Untung Triwahono yang senantiasa selalu mensupport saya secara penuh, selalu

memberi saya semangat, selalu melantunkan doa dan mencurahkan segala tenaga dan upaya untuk saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya ini dengan baik, lancar.

5. Kakak saya Aurora Wavey Septadewati yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan motivasi kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Bobby Herland, yang selalu mengingatkan, menemani dan memberi semangat kepada saya dari selama proses penelitian hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Ratih Purwaningsih, Desy Amelia, Dinda Putri L, Diah Ayu O, Uti Engka P dan Patricia Oktalia yang selalu memberi semangat, menghibur dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Tamara Citra, Gia Felicia dan Corina Aulia yang merupakan sahabat-sahabat saya yang selalu memberi dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi saya ini.
9. Rekan-rekan Colke Workaholic yang selalu memberi dukungan, dan masukan untuk terselesaikannya skripsi saya ini.
10. Seluruh Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata selaku sebagai responden, yang telah berkenan membantu penulis dengan berpartisipasi dalam proses pengisian kuesioner.
11. Seluruh staf yang berhubungan dengan tugas akhir (skripsi) Universitas Katolik Soegijapranata yang telah memberikan informasi-informasi penting sehubungan dengan tugas akhir (skripsi) yang sangat membantu dalam kelancaran selama proses menyelesaikan skripsi.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah mendukung dan membantu terselesaikannya skripsi ini.

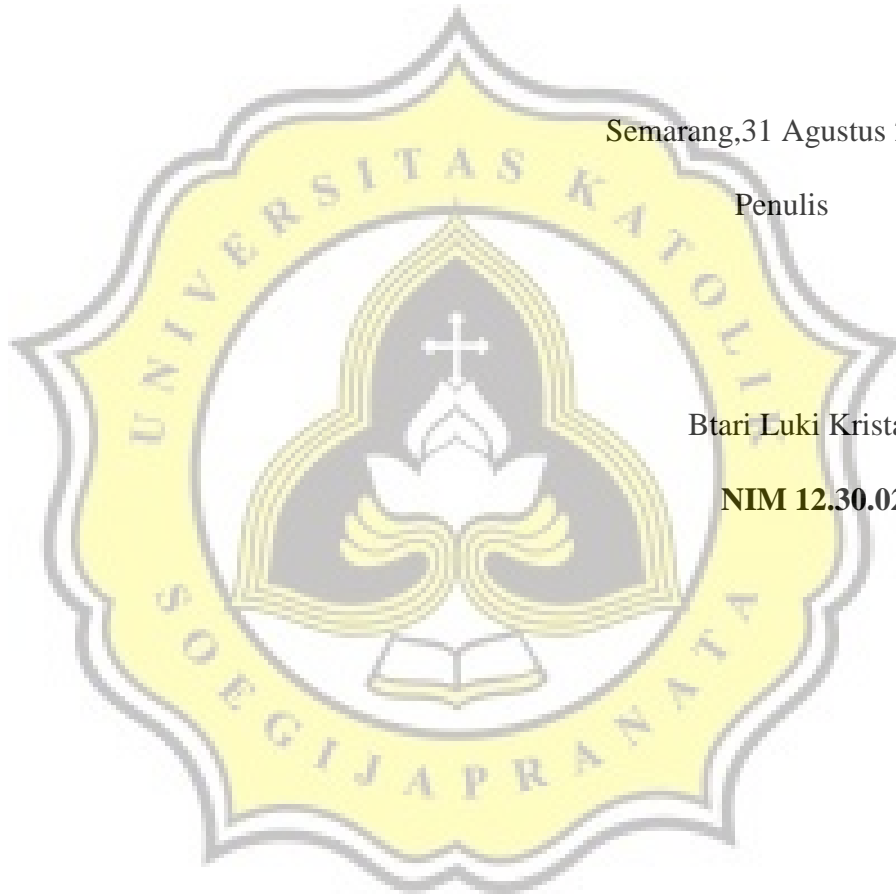
Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini jauh dari kata sempurna, namun semoga karya ilmiah ini dapat diterima dan bermanfaat sebagai referensi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 31 Agustus 2018

Penulis

Btari Luki Kristaberyl

NIM 12.30.0283



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Perilaku Konsumen	10
2.1.2 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	13
2.1.3 Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>)	16
2.1.4 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Kerangka Pikir	21
2.3 Hipotesis	23
2.4 Devinisi Opersional	25
BAB III. METODE PENELITIAN	28
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian	28

3.2	Populasi dan Sampel	28
3.2.1	Populasi Penelitian	28
3.2.2	Sampel Penelitian	29
3.3	Metode Pengumpulan Data	30
3.3.1	Jenis Dan Sumber Data	30
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	31
3.4	Teknik Analisis Data	33
3.4.1	Uji Asumsi Klasik	33
3.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.4.3	Pengujian Hipotesis	36
BAB IV.	HASIL PENELITIAN	38
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	38
4.2	Gambaran Umum Responden	39
4.2.1	Pengelompokan Responden Menurut Jenis Kelamin	39
4.2.2	Pengelompokan Responden Menurut Tingkat Usia	40
4.2.3	Pengelompokan Responden Menurut Pengeluaran/Bulan	41
4.2.4	Pengelompokan Responden Menurut Alasan Responden	41
4.3	Analisis Tabel Silang	42
4.3.1	Analisis Tabel Silang Jenis Kelamin Responden dan Pengeluaran per bulan	43
4.3.2	Analisis Tabel Silang Jenis Kelamin Responden dan Kedatangan Responden	44
4.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	45
4.4.1	Variabel Citra Produk	46
4.4.2	Variabel Citra Perusahaan	49
4.4.3	Variabel Citra Pembeli	51
4.4.4	Variabel Keputusan Pembelian	56
4.5	Uji Asumsi Klasik	58
4.5.1	Uji Normalitas	59

4.5.2 Uji Multikolinieritas	60
4.5.3 Uji Heteroskedatisitas	60
4.6 Pengujian Hipotesis	61
4.6.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t)	63
4.6.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	65
BAB V. PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 TOP Brand Café Kopi Tahun 2015.....	5
Tabel 2.1 Penjabaran Kuesioner.....	26
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden menurut Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden menurut Tingkat Usia.....	40
Tabel 4.3 Pengelompokan Responden menurut Pengeluaran per Bulan.....	41
Tabel 4.4 Alasan Responden Datang ke Starbucks.....	41
Tabel 4.5 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Pengeluaran per Bulan.....	43
Tabel 4.6 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Kedatangan Responden.....	44
Tabel 4.7 Variabel Citra Produk.....	47
Tabel 4.8 Variabel Citra Perusahaan.....	50
Tabel 4.9 Variabel Citra Pembeli.....	52
Tabel 4.10 Frekuensi Pertanyaan Terbuka Citra Pembeli.....	54
Tabel 4.11 Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	60
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis.....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji-t.....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.17 Model Summary.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Lima Tahap Keputusan Pembelian	17
Gambar 2.2 Kerangka Pikir.....	22
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	72
Lampiran 1 Kuesioner	72
Lampiran 2 Data Responden	76
Lampiran 3 Hasil Olah Data Melalui SPSS	82

