

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI BUBUK
INSTAN NESCAFE DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna mencapai Derajat
Sarjana Manajemen



Oleh :

FIRDA SETIAWAN

201710160311304

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI BUBUK
INSTAN NESCAFE DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen

Oleh :

FIRDA SETIAWAN

201710160311304

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI BUBUK INSTAN NESCAFE
DI KOTA MALANG**

Oleh :

Firda Setiawan
201710160311304

Diterima dan disetujui
pada tanggal 25 Mei 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.


Fika Fitriyani, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI BUBUK INSTAN NESCAFE
DI KOTA MALANG

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Firda Setiawan

NIM : 201710160311304

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 25 Mei 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji II : Kenny Roz, S.Kom., M.M.

Penguji III : Fika Fitriasari, S.E., M.M.

Penguji IV : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

1.

2.

3.

4.

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Firda Setiawan
Nim : 201710160311304
Program Studi : Manajemen
Email : setiawan.firda98@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Malang , 25 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



Firda Setiawan

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI BUBUK
INSTAN NESCAFE DI KOTA MALANG**

Firda Setiawan, Rahmad Wijaya, Fika Fitriasaki
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Email: setiawan.firda98@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, serta pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Kopi Bubuk Instan Nescafé di Kota Malang. Besar sampel ditetapkan sebanyak 100 orang karyawan, karena jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan teknik *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, dengan sasaran populasi pembeli produk kopi bubuk instan Nescafé di kota Malang. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian, pada produk Kopi Bubuk Instan Nescafé di Kota Malang kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk serta harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya jika terjadi perubahan harga dan kualitas produk maka keputusan Anda membeli produk kopi bubuk instan Nescafe di Kota Malang akan berubah.

Kata Kunci: Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI BUBUK
INSTAN NESCAFE DI KOTA MALANG**

Firda Setiawan, Rahmad Wijaya, Fika Fitriasaki
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Email: setiawan.firda98@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to determine and analyze the influence of product quality on purchasing decisions, the influence of price on purchasing decisions, and the influence of product quality and price on purchasing decisions for Nescafé Instant Ground Coffee products in Malang City. The sample size was set at 100 employees, because this type of research is descriptive research with an accidental sampling technique, namely taking respondents as samples based on chance, with the target population of buyers of Nescafé instant ground coffee products in the city of Malang. The data analysis technique uses multiple regression. Based on the research results, for Nescafé Instant Ground Coffee products in Malang City, product quality influences product purchasing decisions, price influences purchasing decisions, and product quality and price influence purchasing decisions. This means that if there is a change in price and product quality, your decision to buy Nescafé instant ground coffee products in Malang City will change.

Keywords: product quality, price, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan ridhonya semata, saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Bubuk Instan Nescafe Di Kota Malang”** Tidak lupa shalawat beserta salam semoga terlimpahkan pada Nabi Besar, Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga, pengikutnya hingga akhir zaman, *Aamiin Ya Rabbal 'Alaamiin.*

Maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Manajemen, Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Selama studi dan dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah memperoleh bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah S.W.T atas segala kemudahan serta petunjuk yang diberikan selama pengerjaan tugas akhir ini
2. Kepada kedua orang tua saya Bapak Sujiono dan Ibu Eny Nurherwiyati tercinta yang telah memberikan semangat, dukungan serta selalu mendoakan saya. Dan tidak lupa juga terima kasih kepada kakak saya yang telah memberikan dukungannya
3. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.SI. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
4. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang dan Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Rahmad Widjaya Dr.,MM. dan Fika Fitriasaki, S.E. M.M. yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengoreksi, dan memberikan arahan yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu dosen program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan dan pengalamannya.
7. Teman-teman Manajemen F angkatan 2017, atas kenangan, cerita dan kerjasama selama masa kuliah semoga kita mendapatkan hasil yang terbaik.
8. Teman-teman seperjuangan Konsentrasi Manajemen Pemasaran Hamzah Akbar, Asmar, Reza, dan lain-lain yang saling mendukung satu sama lainnya.
9. Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian dan semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu.

Kepada mereka semua, hanya ucapan terima kasih dan doa tulus yang dapat saya berikan dan saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya mendapatkan balasan yang lebih dan tercatat sebagai amal ibadah yang tiada ternilai. *Aamiin*

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkan, semoga bermanfaat dan bernilai ibadah. Kritik dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya tulis saya selanjutnya. Sekian dan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Malang, 25 Mei 2024

Firda Setiawan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Tinjauan Teori.....	14
1. Keputusan Pembelian	14
2. Kualitas Produk.....	22
3. Harga.....	27
C. Kerangka Berpikir.....	35
D. Hipotesis.....	36
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	36
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	37
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Lokasi Penelitian	39
B. Jenis Penelitian.....	39
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	39
D. Variabel dan Deffinisi Operasional	40

E. Jenis dan Sumber Data	43
F. Teknik Pengumpulan Data	43
G. Teknik Penskalaan Data	44
H. Uji Instrumen Data	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas.....	45
I. Teknik Analisis Data	46
1. Analisis Rentang Skala.....	46
2. Uji Asumsi Klasik	47
3. Model Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
J. Uji Hipotesis.....	50
1. Uji t	50
2. Uji F	51
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	53
A. Karakteristik Responden	53
1. Jenis Kelamin Responden	53
2. Jenis Pekerjaan Responden	54
3. Rata-rata membeli kopi Nescafe setiap bulan.....	54
4. Tingkat Usia Responden	55
5. Tingkat Pendidikan Responden.....	55
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian	56
1. Hasil Uji Validitas.....	56
2. Hasil Uji Reliabilitas	57
C. Distribusi Jawaban Responden.....	58
1. Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Produk (X1).....	59
2. Distribusi Jawaban Variabel Harga (X2)	61
3. Distribusi Jawaban Variabel Keputusan pembelian (Y)	63
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Uji Multikolinearitas	64
2. Uji Heteroskedastisitas	65
3. Hasil Uji Normalitas	66

E. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	67
2. Nilai Koefisien Determinasi (R ²)	68
F. Hasil Pengujian Hipotesis	69
1. Pengujian Hipotesis Kedua (Uji t)	69
2. Pengujian Hipotesis Ketiga (Hasil Uji F)	71
G. Pembahasan	72
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Bubuk Instan Nescafe di Kota Malang.....	72
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Bubuk Instan Nescafe di Kota Malang	75
3. Kualitas Produk atau Harga yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Bubuk Instan Nescafe di Kota Malang.....	77
BAB V PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Tahun 2019-2022.....	4
Tabel 1.2 Data Transaksi kopi <i>non-official store di e-commerce</i>	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	41
Tabel 3. 2 Skala Likert	44
Tabel 3.3 Kriteria Rentang Distribusi Jawaban Responden.....	47
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Rata-Rata Membeli Setiap Bulan	53
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reabilitas	58
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga.....	62
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas Data.....	66
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Hasil Analisa Regresi Berganda	67
Tabel 4. 15 Nilai Koefisien Determinasi (R^2).....	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji t (Parsial)	70
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4. 18 Nilai Standardized Coefficient Beta.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Pembelian	16
Gambar 2. 2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 2. 3 Kerangka Pikir Penelitian.....	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	87
Lampiran 3 Descriptives (Mean)	91
Lampiran 4 Charts.....	97
Lampiran 5 Data Responden	99
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	103



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asra, M.D, dan A.M.A Suyanto. (2019). “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Telepon Selular Samsung Berbasis Android Di Indonesia.” *Proceedings of Management* 6(1).
- Assael, H. (2011). *Models of Buyer Behavior*. Marketing. Georgia.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Claudius Hendra Agatama, Subagiyo, dan Yosi Stefhani. (2023). “Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth Dan Persepsi Harga Terhadap Ekuitas Merek Serta Implikasinya Pada Perilaku Keputusan Masuk Sd Harapan Mulia Kota Bekasi.” *Jurnal Satya Mandiri Manajemen dan Bisnis* 9(1): 18–31.
- Fairliantina, Edvin, dan N.M Fachruzi. (2022). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Indonesia Kempinski Jakarta.” *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia* 1(9): 1278–85.
- Faozi, Ikhsan, dan SB Handayani. (2019). “Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang.” *Ekonomi Manajemen dan Akutansi* (47): 44–52.
- Garvin, D.A. (1987). *Managing Quality*. New York: The Free Press.
- Geofanny, Erlan, (2020). “FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI (Studi Kasus: Bumi Kayom Langit Senja Coffee Salatiga).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh* 7(2): 441.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. 4th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C.M. (2021). “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang.” *Productivity* 2(1).
- Hutagalung, Y.M. (2019). “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 9(3).

- Juan, N. (2022). “Pengaruh Determinan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan Good Day Di Kota Surakarta.” *Jurnal Aktual* 20(2).
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P, dan G Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 1st ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P, dan K.L Keller. (2018). *Marketing Management*. 15th ed. Pearson Education, Inc.
- Maulidio, R. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Amstirdam Coffee Di Malang.” *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial* 19(1): 600–610.
- Mullins, J.W, dan O.C Walker Jr. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*. 8th ed. McGraw-Hill International Edition.
- Rahman. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba.
- Saputra, D.E., Dolorosa, E., dan Arotonang, M. (2021). “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Kopi Lada Hitam Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Kopi Bang Azis).” *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 5(3): 892–905.
- Sausan, D. (2021). “Memengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Pembelian Kopi Bubuk Kapal Api Di Kota Surakarta.” *AGRISTA* 9(3): 61–70.
- Siregar, S. (2012). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi.
- . (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Widayat. (2004). *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: CV. Cahaya Press.
- indonesiadata.id, Market Share Kopi Instan 2023, produk/market-share-kopi-instan-2022/, diakses tanggal 10 April 2023 pukul 17.00 WIB
- marketeers.com/ini-dia-produk-kopi-paling-laris-saat-ini/, diakses tanggal 10 April 2023 pukul 17.00 WIB

nasbub-Firda Setiawan(2017-304 (indonesia) - Firda Setiawan.docx

ORIGINALITY REPORT

15% SIMILARITY INDEX	15% INTERNET SOURCES	10% PUBLICATIONS	5% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.upnjatim.ac.id Internet Source	4%
2	ojs3.unpatti.ac.id Internet Source	4%
3	eprints.ahmaddahlan.ac.id Internet Source	3%
4	www.scribd.com Internet Source	2%
5	jim.unisma.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%