

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI CAP LUWAK
DI KOTA MALANG**

SKRIPSI



Oleh :

**Iqbal Nurdin Wardana
(201710160311277)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI CAP LUWAK
DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen

Oleh :

IQBAL NURDIN WARDANA

201710160311277

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2023**

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI CAP LUWAK DI KOTA MALANG

Oleh :

Iqbal Nurdin Wardana

201710160311277

Diterima dan disetujui
pada tanggal 18 November 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,

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

Dra. Dewi Nurjannah, 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, BRAND IMAGE, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI CAP LUWAK DI KOTA MALANG

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Iqbal Nurdin Wardana

NIM : 201710160311277

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 November 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Penguji II : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.

Penguji III : Dra. Dewi Nurjannah, M.M.

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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Jurusan,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Iqbal Nurdin Wardana
Nim : 201710160311277
Program Studi : Manajemen
Email : iqballnw@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 , 6 November 2023

Yang membuat pernyataan



Iqbal Nurdin Wardana

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI CAP LUWAK
DI KOTA MALANG**

Iqbal Nurdin Wardana, Rahmad Wijaya, Dewi Nurjannah
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammdiyah Malang
Jl. Tlogomas Gg. 15 C No. 18, Malang
Email: iqballnw@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dan pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel kualitas produk, *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan dalam ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi adalah konsumen produk Kopi Luwak di Kota Malang dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian dan analisis data dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk, *brand image*, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa jika kualitas produk yang memuaskan, mempunyai reputasi *brand image* yang bagus lalu disertai harga yang terjangkau maka akan menghasilkan keputusan pembelian yang semakin tinggi.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Brand Image*, Harga, Keputusan Pembelian.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI CAP LUWAK
DI KOTA MALANG**

Iqbal Nurdin Wardana, Rahmad Wijaya, Dewi Nurjannah
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Tlogomas Gg. 15 C No. 18, Malang
Email: iqballnw@gmail.com

ABSTRACT

The study aims to know the impact of the product's quality on purchasing decisions, the impact of brand image on purchasing decisions, the effect of prices on purchasing decisions, and the influences together (simultaneously) between product quality variables, brand image, and price on purchasing decisions. The kind of research used in this quantitative work with the population is the steak known to be a twin in person with a total of 100 respondents. Data analysis techniques using multi-linear regression analysis. The results of research and data analysis can be concluded that the quality of the product will affect the decision the purchase, the brand image will affect the decision the purchase, and the price of the product will affect the decision of the purchase and the quality of the product.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Price, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikumb Warahmatullahi Wabarakatuh.
Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah *subhanahu wata'ala* yang telah memberikan anugerah dan rahmat- Nya, sehinga saya dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Cap Luwak di Kota Malang”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Malang. Tak lupa shalat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammaad *shallallahu alaihi wasallam* beserta keluarga dan sahabatnya. Tentunya dalam pembuatan tugas akhir ini, saya sebagai peneliti menyadari begitu banyaknya keterbatasan dan kekurangan. Namun, berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Fauzan M.Pd, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Ida Zuhroh, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. Selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Rahmad Wijaya Dr., MM. selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, nasehat, saran, dan pengarahan, serta kesabaran dalam penulisan skripsi ini.
5. Dewi Nurjannah Drs., MM. selaku dosen pembimbing 2 yang telah sabar membimbing dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahaan.
7. Keluarga penulis, Kedua orang tua saya Bapak M. Nur Qomaruddin, Ibu Nurul Mabruroh, dan kedua adik saya Akmal Gilang Muchtarom dan

Qonita, Syahira Bilqis yang tercinta senantiasa memberikan dorongan, semangat, dan doa tiada henti demi keberhasilan anak dan kakaknya.

8. Sahabat saya rekan seperjuangan Hadi Criswantoro, Naufal Tsabit Nugraha, Fadil Sindhu Radusya, Eldino Sunyana, Achmad Panji Widodo, Rimba Sudiatmo, Gilang Dian Ramadhan, Lavita Anastasia, Nur Fitriya, Andi Wijanarko, Yusuf Fajar Setyawan, Imaduddin Abil, Verdyan Haryo, Winang Yoga, Filky Nanda Mafilda, M. Rizky Setiawan, M. Bagus Junaidi dan Hilmy Sufyan yang senantiasa memberikan dukungan masukan dan semangat tiada henti.
9. Pihak-pihak lainnya yang penulis tidak dapat menyebutkan satu-persatu yang juga memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Allah senantiasa memberikan Rahmat serta hidayahnya kepada kita semua baik di dunia maupun di akhirat. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak agar penulisan ini dapat menjadi lebih baik dan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya. Semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi penulis sendiri.

Malang, 6 November 2023

Iqbal Nurdin Wardana

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
BAB II TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Kajian Teori.....	10
1. Perilaku Konsumen	10
2. Keputusan Pembelian	12
3. Kualitas Produk.....	17
4. <i>Brand Image</i>	23
5. Harga.....	25
C. Kerangka Berfikir	32
D. Pengembangan Hipotesis	33
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	33
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	33
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	34
4. Pengaruh Kualitas Produk, <i>Brand Image</i> , dan Harga secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Lokasi Penelitian	36

B. Jenis Penelitian.....	36
C. Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
E. Jenis dan Sumber Data	40
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Penskalaan Data	40
H. Teknik Pengujian Instrument	42
I. Uji Asumsi Klasik	43
J. Teknik Analisis Data	45
K. Uji F Simultan.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Karakteristik Responden.....	49
1. Jenis Kelamin Responden	49
2. Tingkat Usia Responden	50
3. Jenis Pekerjaan Responden	50
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	51
1. Hasil Uji Validitas	51
2. Hasil Uji Reliabilitas	52
C. Distribusi Jawaban Responden	53
1. Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Produk (X1)	54
2. Distribusi Jawaban Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	55
3. Distribusi Jawaban Variabel Harga (X3).....	57
4. Keputusan Pembelian (Y)	58
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	59
1. Hasil Uji Normalitass	59
2. Hasil Uji Multikolinieritas	60
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
E. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	62
1. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	62
2. Nilai Koefisien Determinasi (R ²).....	64
3. Hasil Pengujian Hipotesis	65

F. Pembahasan	68
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kopi Cap Luwak di Kota Malang	68
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Kopi Cap Luwak di Kota Malang	70
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi Cap Luwak di Kota Malang	71
4. Pengaruh Kualitas Produk, <i>Brand Image</i> , dan Harga secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Cap Luwak di Kota Malang	73
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Transaksi Kopi di Marketplace.....	5
Tabel 1.2 Harga Kopi di Outlet Indomaret	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2 Teknik Penskalaan Data	41
Tabel 3.3 Rentang Skala	42
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	54
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	56
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga.....	57
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Data.....	60
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.12 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda.....	63
Tabel 4.13 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	65
Tabel 4.14 Perbandingan Antara Nilai Nilai thitung Dengan tTabel	66
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis IV (Uji F)	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Kopi Bubuk Berampas	4
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	11
Gambar 2.2 Tahapan Keputusan Pembelian	14
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir	32
Gambar 4.1 Grafik Normal P-Plot.....	60
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplot</i>	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SURAT PERMOHONAN PENGESAHAN (KUESIONER).....	82
Lampiran 2 Data Responden	87
Lampiran 3 Analisis Deskriptif	91
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	92
Lampiran 5 Analisis Distribusi Frekuensi.....	96
Lampiran 6 Analisis Regresi dan Uji Asumsi Klasik.....	103
Lampiran 7 Plagiasi Jurnal.....	107



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. dan Biel, A.L. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale.
- Afifi, F. F., dan Widodo, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2).
- Ariani, D. W. (2003). *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arumsari, D. (2012). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah). *Skripsi*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro : Semarang.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Astuti, R., dan Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilman*, 5(2), 14-23.
- Emor, R. Y., & Soegoto, A. S. (2015). Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu. *Jurnal EMBA* , 3 (2), 738-748.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32.
- Fauzan, F., dan Mudiantono. (2015). Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Lokasi terhadap Minat Terus sebagai Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Kost Sekitar Tembalang Dalam Empat Wilayah. *Jurnal Diponegoro*, IV(1), 1-13.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Fuadi, S., Ratmono., dan Nasikah, D. (2022). Pengaruh Harga, Merek, Kemasan dan Promosi terhadap Sikap Konsumen Membeli Produk Kopi Kapal Api di Kecamatan Metro Timur. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 154-161.
- George, M. S. (2004). *Prinsip-Prinsip Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulliando, D. (2019). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on the Purchase Decision of Telkomsel Service Products. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(9), 419-425.
- Hartanto, R. (2019). *Brand and Personal Branding*. Bekasi: Denokan Pustaka.
- Hutagalung, Y.M., dan Waluyo, H.D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanin, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9 (3).
- Iskandar, H. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran remaja Kuring Serpong. *JMPP*, 4 (2).
- Juan, N., dan Jalari, M. (2022). Pengaruh Determinan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan Good Day di Kota Surakarta. *Jurnal AKTUAL*, 20(1), 1-12.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Global Edition. Pearson.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemet*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, P., dan Keller K. L. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Lesmana, R., dan Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Technology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 59-72.

- Liswana, K.I., Rahwana, K.A., dan Pauzi, D.M. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan Persepsi harga terhadap Keputusan pembelian Konsumen (Survei pda Konsumen Kedai Kopi 104 Siangaparna), *Ulil Albab : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1 (11).
- Mauludi, A. (2016). *Teknik Belajar Statistik 2*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Pelupessy, M, M., Turukay, E., Huwae, V. E., dan Maliq, J. M. (2022). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Instan Nescafe di Kota Ambon. *MANIS: Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(1), 49-58.
- Pinaraswati, S. O., dan Farida, I. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Fastfood berdasarkan Kualitas Layanan, Harga dan Kualitas Produk di Masa Pandemi. *Jurnal Eksekutif*, 18(2), 267-277.
- Prihatini, C. W., dan Edwar, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3), 1–11.
- Qohhar, D., Daengs, A., dan Sugiharto. (2022). Pengaruh Brand Image dan Product Quality Kopi 2in1 terhadap Customer Satisfaction. *JUMMA45: Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*.
- Rahmawaty, P. (2014). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11 (2).
- Rao, P. (2006). "Measuring Customer Perception Through Factor Analysis". *The Asian Manager*.
- Rangkuti, F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Rini, E.P. (2020). Pengaruh *Brand Image*, *Value*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Donuts and Coffe di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 6(2).
- 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 (JEPA)*, 5 (3).

- Sari, I. R., dan Harti. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *AKUNTABEL*, 18(3), 444-451.
- Schiffman, I. G., dan Kanuk, L. L. (2015). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Suparti., dan Evelyn, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan Good Day Mocacino di Kebumen (Studi pada Konsumen Produk Kopi Instan Good Day Mocacino di Kebumen). *JIMMBA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 4(6), 788-802.
- Suparwi., dan Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(2), 253-272.
- Suratmiyati., dan Anggoro, Y. (2020). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa. *Management and Business Review*, 4(1), 52-59.
- Swastha, B. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Swashta., B., dan Handoko, T. H. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPPFE.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2018). *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi.
- Top Brand Award. (2021) *Kategori Kopi Bubuk Berampas*. <https://www.topbrand-award.com/en/2021/02/kopi-bubuk-berampas-fase-1-2021/>. Di akses 16 Agustus 2022. Jam 14.23
- Ulansari, E. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung “ Mbak Nik ” Spesial Ceker Ayam Lapindho Di Sidoarjo Diajeng Chusuma Ayu Dewi Ulansari Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Email : Dia. 01*.
- Umar, H. (2015). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. Anggota IKAPI.

- Utomo, P., Maduwinarti, A., dan Pratiwi, N.M.I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warung Kopi Mbah Sangkil Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5 (2).
- Windarti, T. dan Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Jom FISIP*, 4(2), 1–10.
- Zahroh, A. (2020). *Pengaruh Brand Image dan gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa di Royal Plaza Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(2).
- Zulaicha, S.; Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. Vol. 4, No. 2, Hal. 125-136.



PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOPI LUWAK DI KOTA MALANG (Survei Pada Konsumen Kopi Luwak di Kota Malang)

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

19%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	4%
2	Submitted to Udayana University Student Paper	3%
3	Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper	2%
4	ejournal.borobudur.ac.id Internet Source	2%
5	repository.umpwr.ac.id:8080 Internet Source	2%
6	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	2%
7	eprints.umm.ac.id Internet Source	2%