

SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK DAN CITA RASA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI MEREK KAPAL API DI
KOTA BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)
pada Program Studi Administrasi Bisnis

OLEH:

RABIATUL HASANAH

2010412320014



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
BANJARMASIN
2024

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI MEREK KAPAL API DI KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Rabiatul Hasanah
NIM : 2010412320014
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji

- a. Pembimbing
Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP. 1989120720171204001
- b. Penguji I
Taharuddin, S.Sos, MM
NIP. 197401102000031001
- c. Penguji II
Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 197306161999031003

[.....]

[.....]

[.....]

Banjarmasin, 08 Mei 2024

Koordinator Program Studi

Ketua Pembimbing

Administrasi Bisnis



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001



Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP. 1989120720171204001

Mengetahui

Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 1951/UN8.1.13/KP.10.00/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
2. Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
3. Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Rabiatul Hasanah
NIM : 2010412320014
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan
Pembelian Kopi Merek Kapal Api di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 8 Mei 2024
J a m : 13.30 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 2 Mei 2024
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu tanggal 24 bulan April tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1951/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 2 Mei 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Rabiatul Hasanah
NIM : 2010412320014
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Merek Kapal Api di Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 13.30 Wita s.d Selesai
Nilai : 90/A
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 8 Mei 2024


Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Rabiatul Hasanah

1. Ketua : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
2. Sekretaris : Dr. Tabaruddin, S.Sos, MM
3. Anggota : Prof. Dr. H. Hainudin, S.Sos, MM

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,


Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Merek Kapal Api Di Kota Banjarmasin” sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos.,M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Tomi Oktavianor, M. Soc., Sc selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Mahyuni, S. Sos., M. AP selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Nasrudin, S. Pd., M. Si selaku wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
5. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
6. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku Dosen Penasehat Akademik Penulis sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi Penulis.
7. Bapak Dr. Taharuddin, S. Sos, MM selaku Dosen Penguji Skripsi pertama Penulis.
8. Bapak Prof. Dr. H. Hairudinor, S. Sos, MM selaku Dosen Penguji Skripsi kedua Penulis.
9. Bapak dan Ibu Dosen program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dan semua Staf FISIP ULM Banjarmasin.
10. Semua pihak yang ikut serta mendukung dalam pembuatan skripsi ini.

Semoga Allah SWT, memberikan balasan atas amal kebaikan dan bantuan yang Bapak/Ibu berikan, Aamiin.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, 08 Mei 2024

Rabiatul Hasanah
NIM. 2010412320014

PERSEMBAHAN

Karya ini ku persembahkan

1. Untuk wanita yang begitu kuat tubuhnya, bahunya, punggungnya, serta hatinya, surga, dan malaikat ku, mama tercinta Hj. Karmiti. Terimakasih untuk segala keringat, air mata, doa, semangat serta kasih sayang tiada hentinya kepada putrinya untuk dapat meraih pendidikan yang lebih baik. *I love you more than myself.*
2. Untuk laki-laki yang juga tidak kalah hebatnya, *my first love, my hero, my beloved father* H. Raniman, terimakasih untuk segala keringat, air mata, doa serta kasih sayang tiada hentinya, walaupun bapa belum sempat melihat putrinya duduk di bangku perkuliahan, Allah lebih menyayangi bapa daripada kita semua. Semoga Allah SWT mengumpulkan kita kembali bersama Rasulullah SAW di surga-Nya. Putri kecil mu sekarang sudah dewasa ☺ *we always love you.*
3. Untuk aa, kk Ayu, Yasmin, serta keluarga besar, terimakasih atas semangat dan dukungannya selama ini. Untuk Pamela saudara online ku yang hingga kini tidak pernah bertemu, terimakasih telah bertahan, selalu ada dan tidak pernah lelah menjadi pendengar serta teman berkeluh kesah.
4. Untuk para Mingift, Nisa, Salwa, Mona, Ica terimakasih atas bantuan, motivasi, doa, arahan, serta canda tawa selama 4 tahun di kota perantauan ini.
5. Untuk squad keluarga pisang, Ades, Aulia, Ona, Lyta, Mahda, Dela, Elma terimakasih selalu memberikan dukungan, semangat, canda tawa, dan doanya selama proses ini. Sayang kalian banyak banyaaaaak.

6. Untuk teman-teman seperjuangan angkatan covid-19 administrasi bisnis 2020, terimakasih atas semangat, kritik, saran, dukungan, bantuan dan motivasi yang sangat berharga selama perkuliahan ini.
7. Dan yang terakhir untuk diriku sendiri *you're amazing, thanks to me for not giving up, believe in myself i can do it, and finally it finished, you did it, you're doing well, im proud of myself.* Semua pasti akan berlalu

“it's just hard, it's not imposibble”

-Ace of Fukurodani (bokuto koutarou)

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik di perguruan tinggi mana pun
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku

Banjarmasin, 08 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,

Rabiatul Hasanah

NIM: 2010412320014

ABSTRAK

Rabiatul Hasanah, 2010412320014, 2024. Pengaruh Citra Merek dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Merek Kapal Api Di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Rizki Muslim Hidayat.

Citra merek dan cita rasa dapat membuat seseorang melakukan keputusan pembelian kopi merek kapal api. Penelitian ini menggambarkan bagaimana tingkatan citra merek, cita rasa, serta keputusan pembelian. Selain itu juga menguji pengaruh citra merek dan cita rasa terhadap keputusan pembelian.

Lokasi penelitian yang di pilih adalah Kota Banjarmasin. Sebanyak minimal 96 konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi kopi merek kapal api dipilih secara *accidental sampling* sebagai responden. Kuesioner digunakan untuk pengumpulan data dan SPSS digunakan untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek terhadap keputusan pembelian berada pada level sedang, dan cita rasa terhadap keputusan pembelian berada pada level sangat kuat. Kemudian citra merek dan cita rasa terhadap keputusan pembelian berada pada level rendah. Selain itu, citra merek baik akan menurunkan keputusan pembelian dan cita rasa meningkatkan keputusan pembelian kopi merek kapal api di kota Banjarmasin.

Kata kunci: citra merek, cita rasa, keputusan pembelian

ABSTRACT

Rabiatul Hasanah, 2010412320014, 2024. The Influence of Brand Image and Taste on Purchase Decisions for Kapal Api Brand Coffee in Banjarmasin City, under the guidance of: Rizki Muslim Hidayat.

Brand image and taste can make someone make a decision to purchase Kapal Api coffee. This research describes the levels of brand image, taste, and purchasing decisions. Apart from that, it also tests the influence of brand image and taste on purchasing decisions.

The research location chosen was Banjarmasin City. A minimum of 96 consumers who had purchased and consumed Kapal Api brand coffee were selected by accidental sampling as respondents. Questionnaires were used for data collection and SPSS was used to test hypotheses.

The research results show that the brand image regarding purchasing decisions is at a medium level, and the taste for purchasing decisions is at a very strong level. Then brand image and taste in purchasing decisions are at a low level. Apart from that, a good brand image will reduce purchasing decisions and taste will increase purchasing decisions for Kapal Api brand coffee in the city of Banjarmasin.

Keywords: brand image, taste, purchasing decisions

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Bauran Pemasaran	16
2.1.3 Citra Merek	18
2.1.4 Cita Rasa	20
2.1.5 Perilaku Konsumen	23
2.1.6 Keputusan Pembelian	23
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Pendekatan Penelitian	40
3.2 Desain Penelitian	40
3.3 Lokasi Penelitian	40
3.4 Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Sampling	41
3.5 Definisi Operasional Variabel	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data	48
3.7 Teknik Analisa Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN	57
4.1 Profil Responden	57
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	57

4.1.2 Rentang Usia Responden	57
4.1.3 Pekerjaan Responden	58
4.1.4 Penghasilan Responden.....	59
4.1.5 Domisili Responden.....	60
4.2 Deskriptif Statistik	60
4.2.1 Deskriptif Variabel Citra Merek	61
4.2.2 Deskriptif Variabel Cita Rasa	63
4.2.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	65
4.3 Uji Validas dan Reliabilitas	69
4.3.1 Uji Validitas	69
4.3.2 Uji Reliabilitas	70
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.4.1 Uji Normalitas.....	72
4.4.2 Uji Multikolinearitas	74
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	75
4.5 Uji Regresi Linier Berganda	76
4.6 Uji Hipotesis	78
4.6.1 Uji Regresi Secara Parsial (Uji t).....	78
4.6.2 Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)	79
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80
BAB V PEMBAHASAN HASIL	82
5.1 Pembahasan.....	82
5.1.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	82
5.1.2 Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	83
5.1.3 Pengaruh Citra Merek & Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	85
5.2.1 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	85
5.2.2 Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	86
5.2.3 Citra Merek & Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	87
BAB VI PENUTUP	89
6.1 Kesimpulan	89
6.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Index.....	11
Tabel 2.1 Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.2 Instrumen Skala <i>Likert</i>	49
Tabel 3.3 Rentang Kategori Jawaban Responden.....	50
Tabel 3.4 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	56
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.2 Rentang Usia Responden	57
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	58
Tabel 4.4 Penghasilan Responden.....	59
Tabel 4.5 Domisili Responden.....	60
Tabel 4.6 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek.....	61
Tabel 4.7 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Cita Rasa.....	63
Tabel 4.8 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan pembelian	65
Tabel 4.9 Uji Validitas	69
Tabel 4.10 <i>Reliability Statistics</i>	70
Tabel 4.11 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov Smirnov	74
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.14 Uji Parsial (Uji t).....	78
Tabel 4.15 Uji Simultan (Uji F)	79
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Industri Diminati Investor 2022.....	1
Gambar 1.2 Data Sektor Industri Indonesia 2021	2
Gambar 1.3 Konsumsi Kopi Nasional 2016-2021	3
Gambar 1.4 Volume Produksi Kopi Di Indonesia 2017-2022.....	4
Gambar 1.5 Data Konsumsi Kopi Di Indonesia 2010-2021	5
Gambar 1.6 Merek Kopi Instan Paling Banyak Dikonsumsi 2022.....	6
Gambar 1.7 Kopi Kemasan Yang Kerap Di Konsumsi Masyarakat 2023.....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	39
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	72
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	73
Gambar 4.3 Hasil Heteroskedastisitas Uji Scatterplot.....	75
Gambar 5.1 Model Akhir Penelitian	8