

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN
LUWAK *WHITE KOFFIE* PADA GENERASI
Z DI BEKASI TIMUR**

SKRIPSI

OLEH :

INTAN ADILAH NASUTION

202110325380



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan
Merek Terhadap Keputusan Pembelian
Minuman Luwak *White Koffie* Pada
Generasi Z di Bekasi Timur.

Nama Mahasiswa : Intan Adilah Nasution

Nomor Pokok : 202110325380

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Eri Bukhari, S.E., M.T

NIDN. 0309097005


M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN. 0325057908

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Merek
Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Luwak
White Koffie Pada Geneasi Z di Bekasi Timur.

Nama Mahasiswa : Intan Adilah Nasution

Nomor Pokok : 202110325380

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M

NIDN. 0314118601

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Ari Sulistyowati, S.E., M.M

NIDN. 0331078303

Penguji : Eri Bukhari, S.E., M.T

NIDN. 0309097005

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Intan Adilah Nasution

Nomor pokok mahasiswa : 202110325380

Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 01 Mei 2003

Alamat : Jl. H Jampang No.03 RT.006/007 Kel. Jatimulya, Kec.
Tambun Selatan, Kab. Bekasi Timur.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Luwak *White Koffie* pada Generasi Z di Bekasi Timur" ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 30 Juli 2025

Yang membuat Pernyataan,



Intan Adilah Nasution

NPM : 202110325380

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan merek terhadap keputusan pembelian minuman Luwak *White Koffie* pada Generasi Z di Bekasi Timur. Latar belakang penelitian ini didasari oleh tingginya persaingan industri kopi instan di Indonesia, serta karakteristik Generasi Z sebagai konsumen digital yang selektif dalam memilih produk. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada responden Generasi Z yang berdomisili di Bekasi Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Luwak *White Koffie*. Secara parsial, ketiga variabel tersebut juga memberikan pengaruh positif dan signifikan, di mana kualitas produk menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Temuan ini memperkuat pentingnya strategi peningkatan kualitas, penetapan harga yang kompetitif, serta penguatan citra merek untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar di kalangan Generasi Z. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi produsen dan pelaku usaha kopi instan dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif serta memberikan kontribusi bagi penelitian selanjutnya di bidang perilaku konsumen minuman kopi instan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Merek, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, price, and brand on purchasing decisions for Luwak White Koffie drinks for Generation Z in East Bekasi. The background of this research is based on the high competition in the instant coffee industry in Indonesia, especially in the white coffee segment, as well as the characteristics of Generation Z as digital consumers who are selective in choosing products. The research method used is quantitative with data collection techniques through questionnaires to Generation Z respondents who live in East Bekasi. The results showed that product quality, price, and brand simultaneously had a significant effect on purchasing decisions for Luwak White Koffie. Partially, the three variables also have a positive and significant effect, where product quality is the most dominant factor in influencing purchasing decisions. These findings reinforce the importance of quality improvement strategies, competitive pricing, and strengthening brand image to maintain and increase market share among Generation Z. This research is expected to be a reference for instant coffee producers and business actors in formulating effective marketing strategies and contribute to further research in the field of consumer behavior of instant coffee drinks.

Keywords : *Product Quality, Price, Brand, and Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman *Luwak White Koffie* Pada Generasi Z di Bekasi Timur.”**

Penulisan ini dilakukan guna memenuhi tugas akhir sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis masih banyak kekurangan, keterbatasan dalam menyampaikan teori, dan ketidaksempurnaan. Maka, penulis dibantu berbagai pihak yang membimbing, memberi dukungan, doa, dan material yang sangat bermanfaat bagi penulis. Maka dari itu, dengan segala hormat dan dari lubuk hati terdalam penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, SE., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Eri Bukhari, S.E., M.T Selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi arahan dalam penulisan skripsi sampai selesai.

5. M Fadhli Nursal, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberi arahan dalam penulisan skripsi sampai selesai.
6. Kedua orang tua (Bapak April Nasution dan Ibu Hamidah) penulis tercinta yang telah menjadi orang tua terhebat. Terimakasih yang tiada terhingga atas limpahan kasih sayang dan cinta yang tulus, do'a yang tak pernah putus selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta saudara – saudara saya (Luthfi, Apridhayanti, Zulhikmah, Fadilah) yang memberikan support kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada sahabat saya Sriwahuni dan Dilah terima kasih telah memberi semangat dan selalu memotivasi saya untuk selalu maju.
8. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri Intan Adilah Nasution terima kasih sudah bertahan sejauh ini terima kasih tetap memilih berusaha dan berjuang sejauh ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba.

Penulis berharap dengan disusunnya skripsi ini dapat bermaat bukan hanya bagi penulis sebagai syarat kelulusan, namun dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi berbagi pihak.

Jakarta, 30 Juli 2025


Intan Adilah Nasution

NPM : 202110325380

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Batasan Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II.....	13
TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Keputusan Pembelian	13
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.2 Kualitas Produk	19
2.2.1 Definisi Kualitas Produk	19
2.2.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	21

2.2.3	Indikator Kualitas Produk	22
2.3	Harga	23
2.3.1	Definisi Harga	23
2.3.2	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Harga	25
2.3.3	Indikator Harga.....	26
2.4	Merek	27
2.4.1	Definisi Merek	27
2.4.2	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Merek	30
2.4.3	Indikator Merek	30
2.5	Penelitian Terdahulu	32
2.6	Kerangka Berpikir	34
2.7	Hipotesis Penelitian	35
BAB III		38
METODE PENELITIAN		38
3.1	Desain Penelitian	38
3.2	Jenis Penelitian	38
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian	39
3.3.1	Tempat Penelitian	39
3.3.2	Waktu Penelitian	39
3.4	Populasi dan Sampel	39
3.4.1	Populasi	39
3.4.2	Sampel	40
3.5	Jenis dan Sumber Data	40
3.5.1	Jenis Data	40
3.5.2	Data Primer	41
3.6	Variabel Penelitian.....	41
3.7	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	41
3.7.1	Definisi Operasional Variabel	41
3.7.2	Skala Pengukuran.....	42
3.8	Analisis Data	43

3.8.1	Uji Instrumen Penelitian.....	43
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	44
3.8.3	Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.8.4	Pengujian Hipotesis.....	47
BAB IV		49
HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Profil Responden Penelitian	49
4.2	Hasil Analisis Data	50
4.2.1	Uji Validitas	50
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	53
4.3	Uji Asumsi Klasik	54
4.3.1	Uji Normalitas	54
4.3.2	Uji Multikolinieritas.....	55
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	56
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.5	Uji Hipotesis.....	58
4.5.1	Uji koefisien Secara Parsial (Uji t).....	58
4.5.2	Uji Simultan (Uji F)	60
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	61
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V		64
PENUTUP		64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Keterbatasan Penelitian	65
5.3	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas (X1).....	51
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas (X2).....	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas (X3).....	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas (Y).....	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji t.....	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji f.....	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Komparasi Brand3

Gambar 1. 2 Pra Survei5

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir35

Gambar 4. 1 Scatterplot.....56



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 UJI PLAGIARISME	71
LAMPIRAN 2 UJI REFERENSI.....	73
LAMPIRAN 3 KUESIONER	77
LAMPIRAN 4 DATA RESPONDEN	81
LAMPIRAN 5 TABULASI DATA	82
LAMPIRAN 6 OUTPUT HASIL SPSS.....	96
LAMPIRAN 7 BUKU BIMBINGAN.....	104
LAMPIRAN 8 DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	109

