

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOPI BANYUATIS**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**



Oleh

I Gede Arie Pratama

NIM 2117041235

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2026

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN

Menyetujui

| | |
|---------------|--|
| Pembimbing I | Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. NIP.199112192022032010 |
| Pembimbing II | Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. NIP.198309212015041001 |



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

Skripsi oleh I Gede Arie Pratama ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 04 Maret 2026

Dewan Penguji

| | |
|---------|--|
| Ketua | Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc. NIP.197404122010121001 |
| Anggota | Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. NIP.199112192022032010 |
| Anggota | Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. NIP.198309212015041001 |



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen

Menyetujui

| | |
|------------------|---|
| Ketua Ujian | Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. NIP.196810291993032001 |
| Sekretaris Ujian | Made Amanda Dewanti, S.E.,M.M NIP.199106072020122017 |



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Brand image*, Kualitas produk dan Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Banyuwatis” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri, saya tidak melakukan penjiplakan dan mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudia ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau klaim terhadap karya saya ini.

Singaraja, 5 Maret 2026
Yang membuat pernyataan



I Gede Arie Pratama
NIM. 2117041235

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat Rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand image*, Kualitas produk dan Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Banyuwatis”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

- 1) Bapak Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- 2) Bapak Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
- 3) Bapak Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- 4) Ibu Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. selaku Koordinator Prodi Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- 5) Ibu Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. selaku Pembimbing I yang dengan segala tanggung jawab, kesabaran dan semangat dalam memberikan bimbingan, saran dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
- 6) Bapak Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk, dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

- 7) Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang telah memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- 8) Ibu Ketut Radinna Wikantari selaku Representatif Owner Kopi Banyuatis sudah mengizinkan melakukan penelitian di Kopi Banyuatis dan memberikan data-data yang peneliti perlukan.
- 9) Kepada keluarga yang senantiasa memberikan motivasi dan banyak membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
- 10) Teman-teman seperjuangan Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih telah memberikan pengalaman baru dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
- 11) I Gede Arie Pratama terimakasih atas kerja kerasnya, ketekunan dan semangat yang terus dijaga selama proses penyusunan skripsi ini. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, tetapi tetap mampu bertahan dan terus melangkah hingga mencapai tahap ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 5 Maret

Penulis

MOTTO

HIGH RISK HIGH REWARD



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| PRAKATA..... | vii |
| ABSTRAK..... | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvi |
| BAB I..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah Penelitian..... | 9 |
| 1.3 Pembatasan Masalah Penelitian..... | 10 |
| 1.4 Rumusan Masalah Penelitian..... | 10 |
| 1.5 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.6 Manfaat Hasil Penelitian..... | 11 |
| BAB II..... | 12 |
| 2.1 Keputusan Pembelian..... | 12 |
| 2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian..... | 12 |
| 2.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..... | 15 |
| 2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian..... | 17 |
| 2.2 <i>Brand image</i> | 18 |
| 2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i> | 18 |
| 2.2.2 Dimensi <i>Brand Image</i> | 19 |
| 2.2.3 Indikator <i>Brand Image</i> | 21 |
| 2.3 Kualitas Produk..... | 22 |
| 2.3.1 Pengertian Kualitas Produk..... | 22 |
| 2.3.2 Dimensi Kualitas Produk..... | 23 |
| 2.3.3 Indikator <i>Brand image</i> | 24 |
| 2.4 Persepsi Harga..... | 25 |
| 2.4.1 Pengertian Persepsi Harga..... | 25 |
| 2.4.2 Dimensi Persepsi Harga..... | 26 |
| 2.4.3 Indikator Persepsi Harga..... | 29 |
| 2.5 Penelitian Terdahulu..... | 29 |
| 2.6 Hubungan antar variable..... | 32 |

| | | |
|---------|--|----|
| 2.6.1 | Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 32 |
| 2.6.2 | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 32 |
| 2.6.3 | Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian..... | 33 |
| 2.6.4 | Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan | 34 |
| 2.7 | Kerangka Berpikir..... | 34 |
| 2.8 | Hipotesis Penelitian..... | 35 |
| BAB III | | 37 |
| 3.1 | Rancangan Penelitian..... | 37 |
| 3.2 | Subjek Penelitian/Populasi dan Sampel..... | 37 |
| 3.2.1 | Subjek dan Objek Penelitian..... | 37 |
| 3.2.2 | Populasi dan Sampel Penelitian..... | 38 |
| 3.3 | Metode Pengumpulan Data..... | 40 |
| 3.4.1 | Data Primer..... | 40 |
| 3.4.2 | Data Sekunder..... | 41 |
| 3.4 | Metode Analisis Data..... | 41 |
| 3.5.1 | Uji Kualitas Data..... | 42 |
| 3.5.2 | Uji Asumsi Klasik..... | 45 |
| 3.5.3 | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 48 |
| 3.5.4 | Uji Hipotesis..... | 48 |
| BAB IV | | 51 |
| 4.1 | Deskripsi Data..... | 51 |
| 4.1.1. | Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 51 |
| 4.1.2. | Deskripsi Karakteristik Responden..... | 52 |
| 4.2 | Pengujian Asumsi..... | 53 |
| 4.3 | Pengujian Hipotesis..... | 55 |
| 4.3.1. | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 55 |
| 4.3.2. | Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Banyuatis | 57 |
| 4.3.3. | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Banyuatis | 58 |
| 4.3.4. | Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Banyuatis | 59 |
| 4.3.5. | Pengaruh <i>Brand image</i> , Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Banyuatis | 59 |
| 4.3.6. | Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 61 |
| 4.4 | Pembahasan Hasil Penelitian..... | 61 |

| | |
|---|----|
| 4.4.1. Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Banyuwatis | 61 |
| 4.4.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Banyuwatis | 63 |
| 4.4.3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Banyuwatis | 65 |
| 4.4.4. Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Banyuwatis | 66 |
| 4.4.5. Keterbatasan Penelitian..... | 68 |
| 4.5 Implikasi Penelitian..... | 69 |
| 4.5.1. Implikasi <i>Brand image</i> , Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian | 69 |
| 4.5.2. Implikasi <i>Brand image</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 70 |
| 4.5.3. Implikasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 70 |
| 4.5.4. Implikasi Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian..... | 71 |
| BAB V..... | 72 |
| 5.1 Rangkuman | 72 |
| 5.2 Simpulan | 73 |
| 5.3 Saran..... | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | 77 |
| DAFTAR LAMPIRAN | 77 |



DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 1. 1..... | 3 |
| Tabel 1. 2..... | 4 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... | 29 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel | 39 |
| Tabel 3. 2 Uji Validitas..... | 43 |
| Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas..... | 44 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 52 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 53 |
| Tabel 4. 3 Uji Normalitas | 54 |
| Tabel 4. 4 Uji Multikolinearitas | 54 |
| Tabel 4. 5 Uji Heteroskedastisitas..... | 55 |
| Tabel 4. 6 Uji Regresi Linier Berganda..... | 56 |
| Tabel 4. 7 Uji f | 60 |
| Tabel 4. 8 Uji Koefesien Determinasi..... | 61 |



DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 1. 1 Data Konsumsi Kopi di Indonesia | 2 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir..... | 35 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1: Data Penjuala Kopi Banyuatis..... | 81 |
| Lampiran 2: Kuisisioner | 82 |
| Lampiran 3: Tabulasi Data Uji Instrument..... | 86 |
| Lampiran 4: Hasil Uji Instrument | 95 |
| Lampiran 5: Daftar Nama Responden Penelitian..... | 98 |
| Lampiran 6: Deskripsi Data Responden | 100 |
| Lampiran 7: Output Uji Asumsi Klasik | 101 |
| Lampiran 8: Output Uji Analisis Regresi Linier Berganda..... | 102 |
| Lampiran 9: Output Koefesien Determinasi | 103 |
| Lampiran 10 : Dokumentasi..... | 104 |

