

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI
MEREK MOOLA PEDAWA**

Diajukan kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

Untuk memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan

Program Sarjana Pendidikan Ekonomi



Oleh

Vika Ervina

NIM. 1617011011

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

JURUSAN EKONOMI DAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2020

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA PENDIDIKAN**

Menyetujui

Pembimbing I



Made Ary Meitriana, S.Pd., M.Pd.

NIP. 198005032006042003

Pembimbing II



I Wayan Suwendra, S.E., M.Si

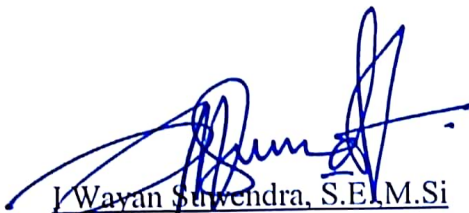
NIP. 197005142008121003

Skripsi oleh Vika Ervina ini
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 18 November 2020

Dewan Penguji,



Made Ary Meitriana, S.Pd., M.Pd (Ketua)
NIP. 198005032006042003



I Wayan Suwendra, S.E.I.M.Si (Anggota)
NIP.197005142008121003



Dra. Lulup Endah Tripalupi, M.Pd (Anggota)
NIP. 195606221981032001

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana pendidikan

Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 18 November 2020

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001



M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd
NIP. 198712112018031002

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Gede Adi Yuniarta, SE. Ak., M.Si

NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Merek Moola Pedawa” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri, saya tidak melakukan penjiplakan dan mengutip dengan cara-cara yang sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan dalam karya saya ini, atau klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 18 November 2020
Yang membuat pernyataan,



Vika Ervina
NIM. 1617011011

PRAKATA

Puji Syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Merek Moola Pedawa”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana pendidikan pada Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja.

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. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd, selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk mengikuti pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, SE.Ak.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sesuai dengan rencana.
3. Dr. Luh Indrayani, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Akuntansi atas motivasi yang telah diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd, selaku Koordinator Prodi Pendidikan Ekonomi atas motivasi yang diberikan dalam penyelesaian skripsi ini
5. Made Ary Meitriana, S.Pd., M.Pd selaku pembimbing akademik sekaligus pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

6. I Wayan Suwendra, S.E.,M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Staf dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.
8. Kedua orang tua Mispantoro dan Suminawati serta saudara saya Lia Ervania yang senantiasa memberikan doa, dukungan material, serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 yang telah bersama-sama belajar dan saling mendoakan.
10. Sahabat terbaik saya M Dwi Yullianto yang senantiasa memberikan doa, semangat dan dukungannya kepada saya selama penyusunan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penyusunan skripsi 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 maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 18 November 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Teori Keputusan Pembelian.....	8
2.2 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	10
2.3 Teori Kualitas Produk.....	12
2.4 Teori Promosi	14
2.5 Teori Citra Merek	17

2.6 Penelitian yang Relevan.....	18
2.7 Kerangka Berpikir.....	19
2.8 Hipotesis Penelitian	20

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	22
3.2 Lokasi Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel	23
3.4 Definisi Operasional Variabel	25
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.6 Instrumen Pengumpulan Data.....	28
3.7 Teknik Analisis Data	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	31
4.1.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	31
4.1.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pengujian Hipotesis.....	31
4.1.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	32
4.1.4 Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	33

4.2 Pembahasan	33
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	33
4.2.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	34
4.2.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	34
4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	35
 BAB V PENUTUP	
5.1 Rangkuman	36
5.2 Simpulan	36
5.3 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA.....	38
LAMPIRAN	40



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likerts.....	28
Tabel 4.1 Hasil Uji Parsial Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	31
Tabel 4.2 Hasil Uji Parsial Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	32
Tabel 4.3 Hasil Uji Parsial Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	32
Tabel 4.4 Hasil Uji Simultan Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	20
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian.....	22



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Merek Moola Pedawa	41
Lampiran 2. Data Ordinal Kuesioner Penelitian	47
Lampiran 3. Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	51
Lampiran 4. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen.....	73
Lampiran 5. Dokumentasi	74

