

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS (Studi kasus pada mahasiswa
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

SOFYAN ARFI

B100170099

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS (Studi kasus pada mahasiswa
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

SKRIPSI

Oleh

SOFYAN ARFI

B 100170099

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing



Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN STARBUCKS (Studi Kasus pada Mahasiswa
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Yang ditulis oleh:

SOFYAN ARFI

B 100 170 099

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk
diterima.

Surakarta, 5 Januari 2019

Pembimbing

(Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta -
57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **SOFYAN ARFI**
NIRM : **B100170099**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
STARBUCKS (Studi kasus pada mahasiswa
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 5 Januari 2019

Yang membuat pernyataan,


METERAI
TEMPEL
18883AFF478706688
6000
ENAM RIBU RUPIAH
(SOFYAN ARFI)

MOTTO

“Be nice for no reason”

“you cant go back and change the beginning, but you can start where you are and change the ending”

-C.S. LEWIS

“Ingatlah kalian kepada-Ku, niscaya Aku pun ingat kepada kalian”

-Qs. Al-Baqarah (2):152

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT berkat ridhonya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan dan dedikasikan untuk:

1. Orang tua tercinta, Ayah dan Ibu yang sudah selalu mendoakan dan memberikan segalanya yang terbaik untuk saya. Adik yang menjadi semangatku terimakasih tak terhingga untuk kalian.
2. Bapak dan Ibu Dosen pengajar, pembimbing dan penguji yang selama ini telah tulus ikhlas meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan ilmunya, dan berbagi pengalaman agar saya menjadi lebih baik. Terimakasih atas jasa Bapak dan Ibu Dosen yang luar biasa.
3. Semua teman yang selalu memberikan semangat agar skripsi ini cepat selesai, terimakasih banyak.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) pengaruh citra merek Starbucks terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta, (2) pengaruh harga Starbucks terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Jenis penelitian yang dilakukan adalah dengan metode *eksplanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Starbucks di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 99 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Starbucks, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 0,600 dengan nilai signifikansi $0,550 > 0,05$, (2) variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Starbucks, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 9,499 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, (3) variabel citra merek dan harga bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Starbucks, dibuktikan dengan F hitung $(72,794) > F$ tabel $(4,00)$.

Kata kunci : citra merek, harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to know: (1) brand image influence to purchasing decision of Starbucks by student of Muhammadiyah University of Surakarta, (2) influence of price to purchasing decision of Starbucks by student of Muhammadiyah University of Surakarta. The type of research using explanatory method. Population used in this research is the consumer of Starbucks among student of Muhammadiyah University of Surakarta. Sampling technique is using non-probability sampling with technique accidental sampling, total sample is 99 respondent. Data collection technique using questionnaires and data analysis techniques used to answer the hypothesis is multiple regression. The result of this study indicate that: (1) brand image variables has no influence on purchasing decision of Starbucks, evidenced from the value of t arithmetic of 0,600 with a significance value of $0,550 > 0,05$, (2) variable price has influence on purchasing decision , evidenced from the value of t arithmetic of 9,499 with a significance value of $0,000 < 0,05$, (3) variable brand image and price together has influenced the purchasing desicion of Starbucks, evidenced from F arithmetic (72,794) > F table (4,00).

Keyword: brand image, price, purchasing decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Sistematika Penulisan	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	6
1. Citra Merek	6
2. Harga	6
3. Keputusan Pembelian.....	7
B. Kerangka Pemikiran.....	8
C. Penelitian Terdahulu	9
D. Hipotesis	10

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	12
B. Populasi dan Sampel	12
C. Data dan Sumber Data	13
D. Metode Pengumpulan Data	13
E. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	13
F. Sumber Kuesioner.....	16
G. Teknik Analisis Data.....	18

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	22
B. Uji Instrumen.....	23
1. Uji Validitas	23
2. Uji Reliabilitas.....	24
3. Uji Asumsi Klasik	25
4. Analisis Regresi Berganda	27
5. Uji Hipotesis.....	28
C. Pembahasan	32
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	32
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	32
3. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian....	33

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	34
B. Keterbatasan Penelitian.....	34
C. Saran.....	35

DAFTAR PUSTAKA	36
----------------------	----

LAMPIRAN.....	37
---------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Karakteristik Tentang Jenis Kelamin Responden.....	22
Tabel 4.2 Hasil Karakteristik Tentang Program Studi Responden	22
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	25
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	25
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	26
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	27
Tabel 4.12 Analisis Regresi Berganda	27
Tabel 4.13 Hasil Uji R^2	28
Tabel 4.14 Hasil Uji t	29
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	31

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	9
-----------------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	37
Lampiran 2 : Data	40
Lampiran 3 : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS	51