

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA PRODUK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP PEMBELIAN
ULANG KOPI PETANI NUSANTARA
(Studi Kasus pada Konsumen Kopi Petani Nusantara di Jakarta)**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Manajemen**



**SISTA FERIDA ROTUA BUTAR BUTAR
2191001005**

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

NAMA : **Sista Ferida Rotua Butar Butar**

NIM : **2191001005**

TANDA TANGAN : 

TANGGAL : **28 Juli 2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Sista Ferida Rotua Butar Butar

NIM : 2191001005

Program Studi : Magister Manajemen

Judul Tesis : Pengaruh Citra Merek, Harga Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Kopi Petani Nusantara (Studi Kasus Pada Konsumen Kopi Petani Nusantara di Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Pembahas dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, ST., MM.


(Heikal)

Pembahas : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D


Muchsin

Pembahas : Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M.


(Lenny)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 11 Agustus 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terimakasih penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala sukacita, kasih karunia, kesehatan, penyertaan, hikmat dan pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, HARGA PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PEMBELIAN ULANG KOPI PETANI NUSANTARA (Studi Kasus pada Konsumen Kopi Petani Nusantara di Jakarta)”**. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) di Universitas Bakrie.

Penulis percaya bahwa keberhasilan penulisan dalam menyelesaikan tesis ini adalah berkat dari pada Tuhan Yang Maha Esa serta tidak terlepas dari bantuan semua pihak mulai masa perkuliahan yang selalu memberikan bimbingan, motivasi, arahan, motivasi kepada penulis. Oleh karena itu izinkanlah penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D , Rektor Universitas Bakrie.
2. Arief Suharko, Ph.D, Ketua Jurusan Magister Manajemen.
3. Dr. Jerry Heikal, ST., MM., dosen pembimbing atas arahan, dorongan, waktu dan bimbingan beliau sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
4. Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M., dosen penguji I atas masukan dan bimbingan beliau juga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Kopi Petani Nusantara yang memberikan kesempatan dan memberikan bantuan dalam memperoleh data yang saya perlukan.
6. Kepada Pelanggan Kopi Petani Nusantara yang telah bersedia menjadi responden dan membantu saya dalam memperoleh data yang saya butuhkan.
7. Kedua orang tua tercinta, ibu Albine Tambunan dan bapak Robert Butar Butar yang tak henti-hentinya mendoakan, membantu, mendukung dan memberikan motivasi sehingga bisa seperti saat ini.
8. Kepada kakak dr. Taruli Maya Sari, adik dr. Tri Mei Lestari dan adik Robby Samuel Butar Butar yang selalu memberikan *support*, masukan, semangat serta doa kepada penulis.

9. Kepada Nicholas Binsar Andrew B Nainggolan yang selalu memberikan *support*, masukan, semangat serta doa kepada penulis.
10. Rekan-rekan seperjuangan Magister Manajemen Universitas Bakrie batch 12 khususnya Pesta Elfrida S.Tr.Par., M.M., Hanif Syaifullah S.Si, M.M., Ria Amaliyah, S.Ak., M.M., dan Gery Azhari Putera ST., M.M. yang telah berproses bersama dan memberi semangat selama proses studi.

Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama dalam lingkungan Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie serta seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Agustus 2021

Penulis,



Sista Ferida Rotua Butar Butar

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sista Ferida Rotua Butar Butar
NIM : 2191001005
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Thesis : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PEMBELIAN ULANG KOPI PETANI NUSANTARA (Studi Kasus pada Konsumen Kopi Petani Nusantara di Jakarta)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty – Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PEMBELIAN ULANG KOPI PETANI NUSANTARA (Studi Kasus pada Konsumen Kopi Petani Nusantara di Jakarta)


Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 23 Agustus 2021

Yang menyatakan



Sista Ferida Rotua Butar Butar

**“PENGARUH CITRA MEREK, HARGA PRODUK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP PEMBELIAN ULANG KOPI PETANI
NUSANTARA**

(Studi Kasus pada Konsumen Kopi Petani Nusantara di Jakarta)”

(Sista Ferida Rotua Butar Butar)

ABSTRAK

Tingginya minat konsumsi kopi di Indonesia tidak sekadar negara penghasil kopi, tetapi juga sebagai konsumen yang cukup banyak. Indonesia menduduki urutan ke-4 sebagai produsen kopi terbesar di dunia pada tahun 2016 setelah negara Brazil, Vietnam, dan Kolumbia. Dari sekian banyak jenis kopi, secara umum ada dua jenis kopi yang dipasarkan di Indonesia yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Kopi Petani Nusantara mulai berbisnis biji kopi pada bulan Mei 2020 di Jakarta. Produk yang dijual yakni arabica Aceh Gayo, Kintamani Bali, Lintong, Robusta Flores dan House Blend. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa yang menentukan konsumen memutuskan pembelian ulang kopi petani Nusantara. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan populasi dan sampel adalah 112 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi logistik binomial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas citra merek, harga produk, dan kualitas produk merupakan faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian ulang pada kopi petani Nusantara yang menunjukkan 57,1% menjadi faktor penentu sedangkan sisanya ditentukan oleh faktor lain. Faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan adalah citra merek memberikan pengaruh signifikan sebesar 73,7% terhadap pembelian ulang. Hal ini terjadi karena adanya semakin baiknya citra merek suatu produk, maka pembeli akan melakukan pembelian ulang untuk memenuhi kebutuhannya, baik dari sisi *Recognition*, *Reputation*, *Affinity* maupun *Domain*.

Kata Kunci: Kopi, Citra merek, Pembelian ulang, Kualitas produk

" THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT PRICES, AND PRODUCT QUALITY ON REPURCHASES OF KOPI PETANI NUSANTARA (Case Study on Kopi Petani Nusantara Consumers in Jakarta)"

(Sista Ferida Rotua Butar Butar)

ABSTRACT

The high interest in coffee consumption in Indonesia is not only a coffee-producing country, as quite a lot of consumers. Indonesia was ranked 4th as the world's largest coffee producer in 2016 after Brazil, Vietnam, and Colombia. Of the many types of coffee, in general, there are two types of coffee marketed in Indonesia, namely Arabica coffee and Robusta coffee. Kopi Petani Nusantara started the coffee bean business in May 2020 in Jakarta. The products sold are Aceh Gayo Arabica, Kintamani Bali, Lintong, Robusta Flores, and House Blend. The purpose of this study was to determine what factors determine consumers' decision to repurchase coffee kopi petani nusantara. This research was conducted using quantitative methods with a population and sample of 112 respondents. The data analysis method used is binomial logistic regression analysis.

The results showed that the quality of brand image, product price, and product quality are factors that determine repurchase decisions on Kopi Petani Nusantara in the archipelago, which shows 57.1% to be the determining factor while the rest is determined by other factors. The factor that has a significant influence is the brand image which has a significant effect of 73.7% on repeat purchases. This happens because of the better brand image of a product, so buyers will make repeat purchases to meet their needs, both in terms of Recognition, Reputation, Affinity, and Domain.

Keywords: Decision, Exhibition, Investment, Promotion, Factors

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Praktis	6
1.5.2 Manfaat Teoritis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.2 Pembelian Ulang	7
2.3 Citra Merek	8
2.4 Kualitas Produk.....	10
2.5 Harga	11
2.6 Penelitian Terdahulu	13
2.7 Kerangka Pemikiran.....	17
2.8 Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Variabel Penelitian.....	19
3.2 Variabel Penelitian.....	19
3.3 Variabel dan Indikator Penelitian	20
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.1.1 Data Primer	21
3.1.2 Data Sekunder	21
3.5 Populasi.....	21
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.7 Kuesioner (Angket).....	22
3.8 Metode Analisis Data.....	23
3.8.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	23
3.8.1.1 Uji Validitas	23
3.8.1.2 Uji Reliabilitas	23

3.9	Regresi Logistik Binomial	24
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	27
4.2	Deskripsi Profil atau Karakteristik Responden.....	27
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	29
4.3.1	Uji Validitas	29
4.3.2	Uji Reliabilitas	30
4.4	Uji Korelasi	30
4.5	Uji Determinasi	31
4.6	Analisis Uji Regresi Logistik Binomial.....	32
4.7	Uji Hipotesis	34
4.7.1	Uji t (Signifikansi Parsial).....	34
4.7.2	Uji F (Signifikansi Simultan).....	36
4.8	Pembahasan.....	37
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1	Kesimpulan	40
5.2	Saran	40
DAFTAR PUSATAKA		42
LAMPIRAN.....		45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 01	Grafik Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021).....	2
Gambar 1. 02	Jumlah Outlet Toko Kopi di Indonesia	5
Gambar 2. 01	Kerangka Berpikir.....	17
Gambar 3. 01	Grafik Variabel Dependen dan Independen.....	25
Gambar 4. 01	Grafik Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Gambar 4. 02	Grafik Karakteristik Responden berdasarkan Usia	28

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 01 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 01 Variabel dan Indikator Penelitian	20
Tabel 4. 01 Uji Validitas X1 (Variabel: Citra Merek)	29
Tabel 4. 02 Uji Validitas X2 (Variabel: Harga Produk)	29
Tabel 4. 03 Uji Validitas X3 (Variabel : Kualitas Produk).....	29
Tabel 4. 04 Uji Reabilitas (X1).....	30
Tabel 4. 05 Correlation Matrix	31
Tabel 4. 06 Kofisien Determinasi	31
Tabel 4. 07 Hasil Uji Data Menggunakan SPSS.....	32
Tabel 4. 08 Hasil Uji t (Signifikansi Parsial).....	35
Tabel 4.09 Hasil Uji F (Signifikansi Simultan)	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	45
Lampiran 2 Data Responden.....	48