

**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI JANJI
JIWA**

ALEX JUAN DANIEL
1707617006



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021**

***THE INFLUENCE OF PROMOTION, BRAND IMAGE AND
BRAND AWARENESS TOWARDS PURCHASE DECISION JANJI
JIWA COFFEE***

ALEX JUAN DANIEL
1707617006



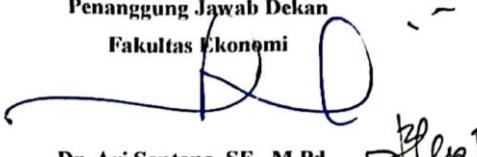
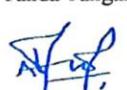
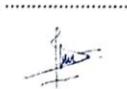
*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*This Script is Written as One of The Requirements to Obtaining a Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMIC
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2021

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd NIP 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Ati Sumiati, M.Si NIP 197906102008012028 (Ketua Penguji)		24 Agustus 2021
2	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP 196301191992032001 (Penguji 1)		24 Agustus 2021
3	Dr. Corry Yohana, M.M NIP 195909181985032011 (Penguji 2)		20 Agustus 2021
4	Ryna Parlyna, M.B.A NIP 197701112008122003 (Pembimbing 1)		23 Agustus 2021
5	Muhammad Yusuf, S.E., M.M NIP 198906202020121006 (Pembimbing 2)		22 Agustus 2021
Nama : Alex Juan Daniel No. Registrasi : 1707617006 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 12 Agustus 2021			

*Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru*

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah digunakan untuk mendapat gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 26 Agustus 2021



Alex Juan Daniel

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Alex Juan Daniel
NIM : 1707617006
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : alexjuan197@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Promosi, Citra Merek dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Agustus 2021

(Alex Juan Daniel)

ABSTRAK

ALEX JUAN DANIEL. 1707617006. PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI JANJI JIWA

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh pengetahuan dan menganalisis pengaruh dengan mengumpulkan data dan fakta empiris yang benar, sahih, valid dan dapat dipercaya serta reliabel tentang pengaruh promosi, citra merek dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian kopi Janji Jiwa. Dengan metode survei menggunakan *Google Form* dan skala *Likert* secara *Purposive Sampling*, didapat sebanyak 200 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah membeli kopi Janji Jiwa. Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dengan menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah promosi, citra merek dan kesadaran merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promosi, Citra Merek, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

ALEX JUAN DANIEL. 1707617006. THE INFLUENCE OF PROMOTION, BRAND IMAGE AND BRAND AWARENESS TOWARDS PURCHASE DECISION JANJI JIWA COFFEE

This study aims to gain knowledge and analyze the effect by collecting empirical data and facts that are true, valid, and reliable and trustworthy about the effect of promotion, brand image and brand awareness on the purchasing decision of kopi Janji Jiwa. With a survey method using Google Form and a Likert scale by purposive sampling, it was obtained as many as 200 respondents who were students of the State University of Jakarta who had purchased Janji Jiwa Coffee. This study uses simple regression analysis using quantitative methods. The results of this study are promotion, brand image and brand awareness partially positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Promotion, Brand Image, Brand Awareness, Purchase Desicion*



LEMBAR PERSEMPAHAN

“Sebab Engkau akan mengembang ke kanan dan ke kiri, keturunanmu akan memperoleh tempat bangsa-bangsa, dan akan mendiami kota-kota sunyi.”

(Yesaya 54:3)

Saya mengucap syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas anugerahNya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada keluarga dan teman-teman saya yang selalu mendukung, memberikan semangat dan mendoakan dalam penyusunan hingga terselesaiannya skripsi ini. Saya juga persembahkan skripsi kepada Bapak dan Ibu dosen, terkhusus kepada Ibu Ryna Parlyna dan Bapak Muhammad Yusuf yang telah membimbing dan memotivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas rahmat dan berkatNya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Citra Merek Dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa”.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar sarjana pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan bimbingan, saran, serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ryna Parlyna, M.B.A. selaku Dosen Pembimbing 1 dan Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan bimbingan, kritikan, ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Muhammad Yusuf, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, kritikan, ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
3. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ati Sumiati, M.M. selaku ketua penguji penelitian ini yang serta memberikan kritikan dan nasihat dalam pengujian penelitian ini.
5. Dra. Basrah Saidani, M.Si dan Dr. Corry Yohana, M.M. selaku penguji ahli penelitian ini yang serta memberikan kritikan dan nasihat dalam pengujian penelitian ini.
6. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dalam kehidupan dan perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada pasangan saya Gabriella Yosiana Theresia Pardede yang selalu menerima saya apa adanya, mendoakan dan mendukung saya dalam kehidupan dan perkuliahan sejak 2019 hingga penyusunan skripsi ini.

8. Terimakasih kepada Rivaldi Ikhsan, Arfan, Andriyas dan Bima Bagaskara yang telah membantu dan mengajarkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada Farid, Pieter dan Divo sebagai Romario Squad yang telah bersama-sama menjalani suka duka perkuliahan dan mengembangkan musik di Fakultas Ekonomi sehingga menjadi sangat maju.
10. Terimakasih kepada seluruh teman-teman Pendidikan Bisnis 2017 yang telah memberikan bantuan dan dukungan, serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu Peneliti memohon maaf atas segala kekurangan yang ada. Peneliti menerima kritik dan saran yang sangat diharapkan dalam proses penyempurnaan. Akhir kata, semoga penyusunan skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi Peneliti, pembaca umumnya serta teman-teman mahasiswa khususnya.

Jakarta, 6 Agustus 2021

Penulis



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Teori Pendukung	10
2.1.1 Promosi	10
2.1.2 Citra Merek	14
2.1.3 Kesadaran Merek	17
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	20

2.2	Kerangka Teori dan Pengembangan Teori	24
2.2.1	Kerangka Teori.....	24
2.2.2	Penelitian Terdahulu	26
2.2.3	Hipotesis.....	40
BAB III		43
METODE PENELITIAN.....		43
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	43
1.	Waktu	43
2.	Tempat Penelitian.....	43
3.2	Desain Penelitian	43
1.	Metode Penelitian.....	43
2.	Konstelasi Pengaruh Variabel antar Variabel.....	44
3.3	Populasi dan Sampel	45
1.	Populasi	45
2.	Sampel	46
3.4	Pengembangan Instrumen	46
1.	Promosi (X_1).....	46
2.	Citra Merek (X_2).....	48
3.	Kesadaran Merek (X_3).....	49
4.	Keputusan Pembelian (Y).....	50
5.	Skala Pengukuran	52
3.5	Teknik Pengumpulan Data	53
3.6	Teknis Analisis Data	53
1.	Uji Validitas	53
2.	Uji Reliabilitas.....	53

3.	Uji Asumsi Klasik	54
4.	Persamaan Regresi Linier Sederhana	55
5.	Uji Hipotesis.....	55
6.	Analisis Koefisien Korelasi Pearson	56
7.	Perhitungan Koefisien Determinasi.....	56
	BAB IV	57
	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1	Deskripsi Data	57
1.	Profil Responden	57
2.	Profil Data	59
4.2	Hasil Penelitian.....	73
1.	Uji Persyaratan Analisis	73
2.	Persamaan Regresi Linier Sederhana	77
3.	Uji Hipotesis	79
4.	Analisis Korelasi <i>Pearson</i>	81
5.	Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2).....	84
4.3	Pembahasan	85
1.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	85
2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	85
3.	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian	86
	BAB V.....	87
	PENUTUP.....	87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Implikasi	87
5.3	Keterbatasan Penelitian	89

5.4 Rekomendasi untuk Peneliti Selanjutnya	90
DAFTAR PUSTAKA	91
DAFTAR LAMPIRAN	97
Lampiran 1 Kuisioner Awal	97
Lampiran 2 Kuisioner Uji Coba Penelitian	99
Lampiran 3 Profil Responden Uji Coba.....	105
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas Data Uji Coba.....	107
Lampiran 5 Kuisioner Uji Final	110
Lampiran 6 Profil Responden Uji Final	116
Lampiran 7 Tabulasi data Uji Final.....	123
Variabel Promosi	123
Variabel Citra Merek	131
Variabel Kesadaran Merek	138
Variabel Keputusan Pembelian.....	146
Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik.....	154
Uji Normalitas.....	154
Uji Linearitas	154
Lampiran 9 Persamaan Regresi Linier Sederhana	156
Persamaan Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Y	156
Persamaan Regresi Linier Sederhana X2 terhadap Y	156
Persamaan Regresi Linier Sederhana X3 terhadap Y	156
Lampiran 10 Uji Hipotesis	157
Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X1 terhadap Y.....	157
Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X2 terhadap Y.....	157
Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X3 terhadap Y.....	157

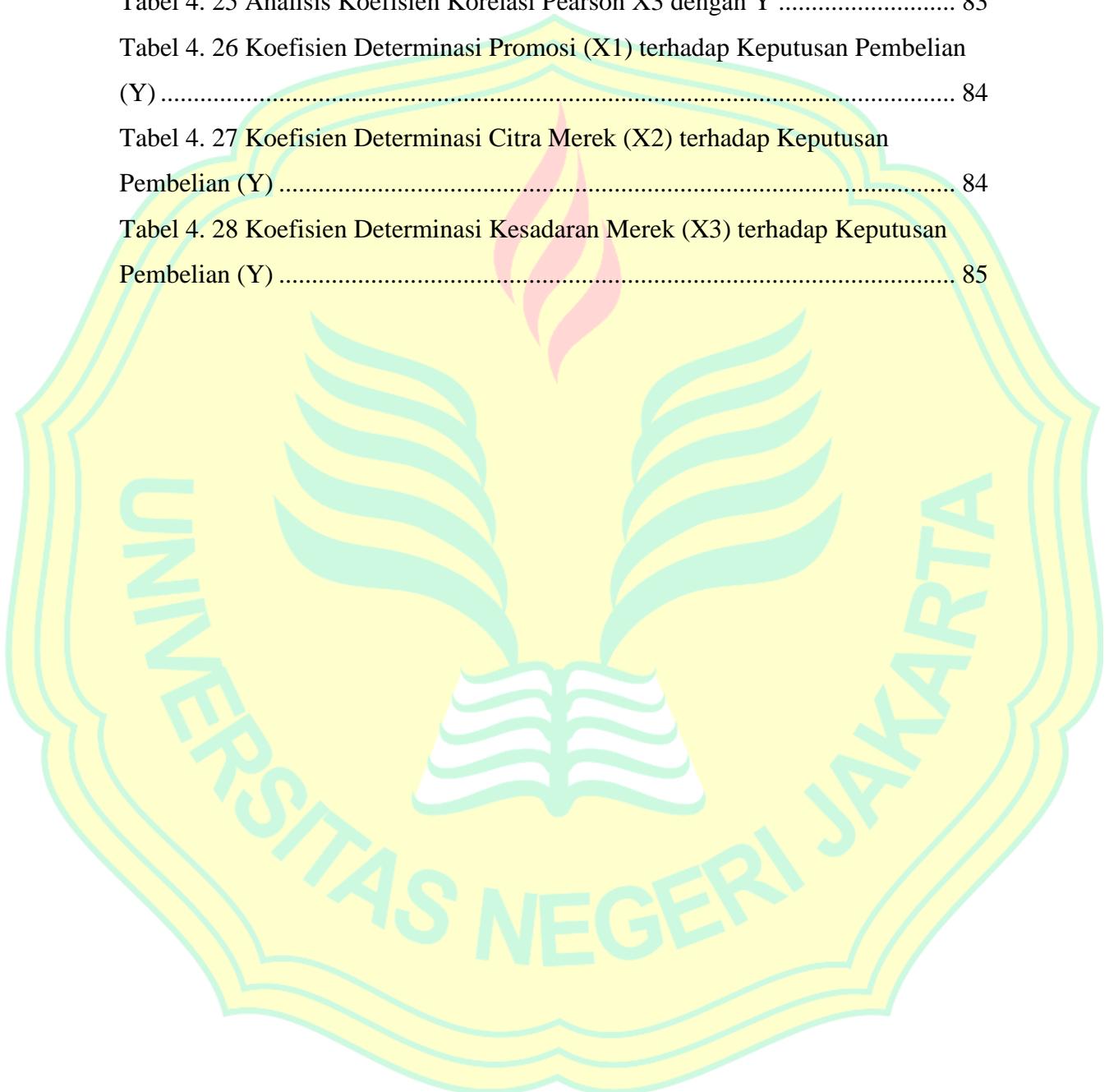


Lampiran 11 Analisis Korelasi Pearson	158
Analisis Koefisien Korelasi Pearson X1 dengan Y	158
Analisis Koefisien Korelasi Pearson X2 dengan Y	158
Analisis Koefisien Korelasi Pearson X3 dengan Y	158
Lampiran 12 Perhitungan Koefisien Determinasi	159
Koefisien Determinasi Promosi (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .	159
Koefisien Determinasi Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	159
Koefisien Determinasi Kesadaran Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	159
Lampiran 13 Lembar Persetujuan dan Pendaftaran Sidang Skripsi	160
Persetujuan Dosen Pembimbing Skripsi.....	160
Persetujuan Judul Skripsi.....	161
Persetujuan Sidang Skripsi	162
Pendaftaran Sidang Skripsi	163
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup	164

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbandingan Jurnal	27
Tabel 2. 2 Hipotesis Penelitian.....	41
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Promosi	47
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Citra Merek	49
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Kesadaran Merek	50
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 3. 5 Skala Pengukuran Likert Genap	52
Tabel 4. 1 Profil Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4. 2 Profil Usia Responden	57
Tabel 4. 3 Profil Fakultas Responden	58
Tabel 4. 4 Profil Angkatan Responden	59
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Promosi (X1)	60
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Indikator Variabel Promosi	61
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Citra Merek (X2)	64
Tabel 4. 8 DIistribusi Jawaban Indikator Variabel Citra Merek	64
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Kesadaran Merek (X3)	66
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Indikator Variabel Kesadaran Merek	67
Tabel 4. 11 Statistik Deskripsi Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Indikator Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4. 13 Uji Normalitas.....	73
Tabel 4. 14 Uji Linearitas Promosi (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	75
Tabel 4. 15 Uji Linearitas Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	76
Tabel 4. 16 Uji Linearitas Kesadaran Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	77
Tabel 4. 17 Persamaan Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Y	77
Tabel 4. 18 Persamaan Regresi Linier Sederhana X2 terhadap Y	78
Tabel 4. 19 Persamaan Regresi Linier Sederhana X3 terhadap Y	79
Tabel 4. 20 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X1 terhadap Y	80
Tabel 4. 21 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X2 terhadap Y	80

Tabel 4. 22 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X3 terhadap Y	81
Tabel 4. 23 Analisis Koefisien Korelasi Pearson X1 dengan Y	82
Tabel 4. 24 Analisis Koefisien Korelasi Pearson X2 dengan Y	83
Tabel 4. 25 Analisis Koefisien Korelasi Pearson X3 dengan Y	83
Tabel 4. 26 Koefisien Determinasi Promosi (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	84
Tabel 4. 27 Koefisien Determinasi Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	84
Tabel 4. 28 Koefisien Determinasi Kesadaran Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Jumlah gerai kopi di Indonesia	4
Gambar I. 2 Alasan Konsumen Membeli Kopi Janji Jiwa.....	7
Gambar I. 3 Kendala/Kekurangan yang dialami Konsumen Saat Membeli Kopi Janji Jiwa.....	7
Gambar II. 1 Tingkat Kesadaran Merek	19
Gambar II. 2 Proses Keputusan Pembelian.....	23
Gambar II. 3 Model Penelitian.....	41
Gambar IV. 1 Uji Normalitas (Probability Plot) Promosi (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	74
Gambar IV. 2 Uji Normalitas (Probability Plot) Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	74
Gambar IV. 3 Uji Normalitas (Probability Plot) Kesadaran Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	75