

**PENGARUH CITA RASA, PERSEPSI HARGA DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN NESCAFE**

(Survei pada Penggemar Kopi di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

TIO ROSDIAN

20210510396

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA RASA PERSEPSI HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN NESCAFE

(Survei Pada Penggemar Kopi Di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

TIO ROSDIAN

20210510396

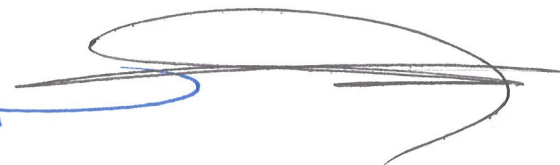
Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 20 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dosen Penguji :

Penguji I,

Penguji II,

Penguji III,



Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M. Si
NIK. 41038971055

Dr. H. Iskandar, M.M
NIP. 196205081987031003

Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M
NIK. 410106919232

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH CITRA RASA PERSEPSI HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN NESCAFE

(Survei Pada Penggemar Kopi di Kabupaten Kuningan)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juni 2025

Pembimbing I,



Wachjuni, S.E., M.M
NIK. 410106710221

Pembimbing II,



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M
NIK. 410106910232

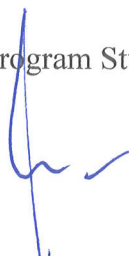
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy
NIK. 41038091296

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Hatiku tenang karena mengetahui apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu.” (Umar bin Khattab)

“Aku membahayakan nyawa ibuku untuk lahir kedunia,

Jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya.”

“Maka ingatlah kepadaku, akupun akan mengingatmu.” (QS. Al-Baqarah: 152)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini adalah persembahan kecil sebagai tanda bukti kepada orang tua, dan keluarga yang selalu memberikan semangat, do’a dan selalu support untuk menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, untuk almamaterku Universitas Kuningan.

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tio Rosdian

NIM : 20210510396

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan Nescafe (Survei Pada Penggemar Kopi Di Kabupaten Kuningan).” beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Mei 2025

Penulis



Tio Rosdian

20210510396

ABSTRAK

TIO ROSDIAN, 20210510396. “Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan Nescafe (Survey Pada Penggemar Kopi di Kabupaten Kuningan)”. Pembimbing Ibu Wachjuni, S.E., M.M, dan Bapak Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan Nescafe pada Penggemar Kopi di Kabupaten Kuningan. Jenis penelitian ini merupakan kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan kuisioner dengan pengukuran skala interval 1-10 sebagai instrumennya. Populasi dalam penelitian ini yaitu penggemar kopi di Kabupaten Kuningan. Sampel yang diambil sebanyak 150 responden dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling*. Kemudian dilakukan analisis kuantitatif melalui uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Data hasil penelitian diolah menggunakan aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (2) Persepsi Harga tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (3) Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (4) Cita Rasa, Persepsi Harga dan Iklan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Cita Rasa, Persepsi Harga, Iklan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

TIO ROSDIAN, 20210510396. “The Influence of Taste, Price Perception, and Advertising on the Purchase Decision of Nescafe Instant Coffee Powder (A Survey of Coffee Enthusiasts in Kuningan Regency).” Advisors: Mrs. Wachjuni, S.E., M.M., and Mr. Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Kuningan, 2025.

This research aimed to find out the influence of Taste, Price Perception, and Advertisement on the Purchase Decision of Instant Nescafe Coffee Powder among Coffee Enthusiasts in Kuningan Regency. This type of research was descriptive quantitative. This research used a questionnaire with an interval scale measurement of 1–10 as the instrument. The population in this research was coffee enthusiasts in Kuningan Regency. The sample taken was 150 respondents using the Non-Probability Sampling technique. Then, quantitative analysis was carried out through instrument tests, classical assumption tests, and hypothesis tests. The analysis technique used was multiple linear regression analysis. The research data were processed using the SPSS 25 application. The results of this research showed that: (1) Taste had a positive and significant influence on Purchase Decision, (2) Price Perception had no influence on Purchase Decision, (3) Advertisement had a positive and significant influence on Purchase Decision, (4) Taste, Price Perception, and Advertisement had a simultaneous influence on Purchase Decision..

Keywords : Taste, Price Perception, Advertising, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH CITA RASA, PERSEPSI HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI BUBUK INSTAN NESCAFE (Survei pada Penggemar Kopi di Kabupaten Kuningan)”**.

Adapun penyusunan Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Kuningan.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyusunan penyelesaian Skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Kuningan, Mei 2025

Tio Rosdian

20210510396

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para keluarganya, para sahabatnya, dan kepada kita selaku umatnya yang Insya Allah patuh akan ajarannya, Aamiin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan rasa kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak berikut ini :

1. Bapak Ayat Hidayat (Alm) dan Ibu Sri Permana yang memberikan semangat, materi dan do'a, serta kasih sayang yang tiada hentinya.
2. Keluarga besar Abah Jubaeri yang selalu mendukung dan memberikan nasehat serta bantuannya.
3. Ibu Wachjuni, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, kesabarannya untuk membimbing dan membina penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, kesabarannya untuk membimbing dan membina penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
6. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Ibu Enung Nurhayati, S.E., M.Si., Ak., C.A. selaku Wakil Dekan I, serta Bapak Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

9. Seluruh Dosen dan Staff Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
10. Orang terkasih Nuke Helia Nurmala yang selalu memberikan dukungan, semangat dan kebersamaan selama penyusunan skripsi ini hingga tuntas.
11. Rekan Manajemen 4K yang telah kebersamaan dari awal hingga akhir.
12. Demisioner BEM Universitas Kuningan Kabinet Sahwahita 2023, Teman-teman KKN, Teman-Teman PPL, yang telah memberikan warna dan pengalaman selama berada dalam dunia perkuliahan, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, saran dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan Taufik-Nya pada kita semua dan skripsi ini dapat bermanfaat bukan hanya bagi penulis, tapi juga untuk seluruh pembaca.

Kuningan, Mei 2025
Penulis,

TIO ROSDIAN
20210510396

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Secara teoritis	10
1.4.2 Secara Praktis	10
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS 11	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Keputusan Pembelian	12
2.1.3 Cita Rasa	15
2.1.4 Persepsi Harga	19

2.1.5 Iklan	22
2.1.6 Penelitian Terdahulu	25
2.1.7 Hubungan Antar Variabel.....	29
2.2 Kerangka Berpikir	36
2.3 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Metode Penelitian.....	39
3.2 Operasionalisasi Variabel	40
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel	41
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1 Data.....	42
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5 Uji Instrumen.....	43
3.5.1 Uji Validitas	43
3.5.2 Uji Reliabilitas	47
3.6 Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1 Analisis Deskriptif	49
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.6.3 Uji Regresi Linear Berganda	51
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi	52
3.6.5 Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN	56
4.1 Hasil Penelitian.....	56

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden	58
4.2 Teknik Analisis Data.....	60
4.2.1 Analisis Deskriptif	61
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4.2.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.2.5 Uji Hipotesis	74
4.3 Pembahasan	76
4.3.1 Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian	76
4.3.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.3.3 Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian	80
4.3.4 Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN - LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Brand Kopi Bubuk Instan Tahun 2019-2023	4
Tabel 1. 2 Data Penjualan Kopi Bubuk Instan 2021- 2023	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	40
Tabel 3. 2 Uji Validitas Cita Rasa	45
Tabel 3. 3 Uji Validitas Persepsi Harga	45
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Iklan	46
Tabel 3. 5 Uji Validitas Keputusan Pembelian	47
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y	48
Tabel 4. 1 Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Distribusi Responden berdasarkan Usia	59
Tabel 4. 3 Distribusi Responden berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Cita Rasa (X1)	61
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Persepsi Harga (X2)	63
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Iklan (X3)	65
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4. 11 Uji Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan)	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Parsial)	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kopi kemasan yang sering di konsumsi.....	3
Gambar 1. 2 Hasil pra survei di kabupaten Kuningan	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 3. 1 Skala Pengisian Kuesioner	43
Gambar 4. 1 Produk Kopi Bubuk Instan Nescafe	57
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	59
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	60

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I (Administrasi Penelitian)

- Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
- Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Transkrip Aktivitas Mahasiswa (TAK)

LAMPIRAN II (Surat Pengantar Kuesioner dan Kuesioner)

- Surat Pengantar Kuesioner
- Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN III (Hasil Kuesioner)

- Data Identitas Responden
- Data Hasil Kuesioner Variabel Cita Rasa (X1)
- Data Hasil Kuesioner Variabel Persepsi Harga (X2)
- Data Hasil Kuesioner Variabel Iklan (X3)
- Data Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)

LAMPIRAN IV (Output Hasil Perhitungan SPSS)

- Hasil Analisis Deskriptif Variabel Cita Rasa (X1)
- Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2)
- Hasil Analisis Deskriptif Variabel Iklan (X3)
- Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)
- Hasil Validitas Cita Rasa (X1)
- Hasil Validitas Persepsi Harga (X2)
- Hasil Validitas Iklan (X3)
- Hasil Reliabilitas Cita Rasa, Persepsi Harga dan Iklan
- Hasil Uji Normalitas
- Hasil Uji Multikolinearitas
- Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
- Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Hasil Uji Hipotesis (Uji f dan t)

LAMPIRAN V

- Tabel R
- Tabel F
- Tabel T

LAMPIRAN VI

- Daftar Riwayat Hidup