

Konsentrasi Pemasaran  
**PENGARUH *SERVICE QUALITY* , *BRAND IMAGE*  
DAN *CUSTOMER TRUST* DALAM *PURCHASING  
DECISION* BAGI KONSUMEN KOPI NEIRA  
PADA MASA PANDEMI COVID – 19  
DI SURABAYA**



Disusun oleh :  
VERONIKA MIA AGATA  
3103017112

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2021

PENGARUH *SERVICE QUALITY* , *BRAND IMAGE*  
DAN *CUSTOMER TRUST* DALAM *PURCHASING*  
*DECISION* BAGI KONSUMEN KOPI NEIRA  
PADA MASA PANDEMI COVID – 19  
DI SURABAYA

SKRIPSI  
Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

OLEH :  
VERONIKA MIA AGATA  
3103017112

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2021

## HALAMAN PERSETUJUAN

### SKRIPSI

PENGARUH SERVICE QUALITY , BRAND IMAGE DAN  
CUSTOMER TRUST DALAM *PURCHASING DECISION* BAGI  
KONSUMEN KOPI NEIRA PADA MASA PANDEMI COVID – 19  
DI SURABAYA

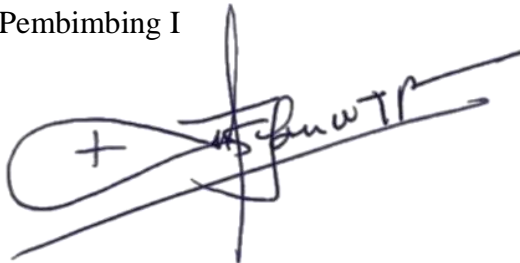
Oleh :  
VERONIKA MIA AGATA  
3103017112

Telah Disetujui dan Diterima dengan

Baik untuk Diajukan Kepada Tim

Penguji

Pembimbing I

Handwritten signature in black ink, featuring a large loop on the left and a cross-like mark.

Dr. Antonius Jan Wellyantony Putro, SE., M.Si.  
NIDN : 0721017201

Pembimbing II

Handwritten signature in blue ink, consisting of several vertical strokes and a horizontal line at the end.

Dra. Ec.Arini, MM.  
NIDN: 311030550

## HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh: Veronika Mia Agata NRP 3103017112**

Telah diuji pada tanggal 21 Desember 2021 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Dra.Ec.Sri Yunan Budiarsi, MS

NIDN: 0001065703

Mengetahui

Dekan,

Ketua Jurusan,



  
Ludovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA

NIDN: 0713097203

  
Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB

NIDN: 0701079401

Digitally signed by Yulika  
Rosita Agrippina, SM., MIB  
DN: C=ID, OU=Faculty of  
Business, O=Widy  
Mandala Catholic  
University, CN=Yulika  
Rosita Agrippina, SM., MIB,  
E=ehod-manage@ukwms.ac  
id  
This document  
Location: Surabaya  
Date: 2022-01-12 16:55:26

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya :

Nama : Veronika Mia Agata

NRP : 3103017112

Judul Skripsi : *PENGARUH SERVICE QUALITY , BRAND IMAGE DAN CUSTOMER TRUST* DALAM *PURCHASING DECISION* BAGI KONSUMEN KOPI NEIRA PADA MASA PANDEMI COVID – 19 DI SURABAYA

Menyatakan bahwa skripsi ini ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh fakultas bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan /ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang – Undang Hak Cipta

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, Desember 2021

Yang Menyatakan,



Veronika Mia Agata

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh *Service Quality*, *Brand Image* Dan *Customer Trust* Dalam *Purchasing Decision* Bagi Konsumen Kopi Neira Pada Masa Pandemi Covid – 19 Di Surabaya”. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CPA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dr. Antonius Jan Wellyantony Putro, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dra. Ec.Arini, MM selaku dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Tim Asdos Lab Riset Statistik yang banyak memberikan bantuan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

7. Orang tua dan keluarga besar yang sudah membantu dalam daya dan dana dalam kelangsungan perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Dicky Agusfianto , Regina Frances , Bernadus Reynaldi dan segenap orang terdekat dan terkasih saya yang juga sudah membantu dalam doa , daya , pikiran dan waktu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar kedepannya Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan lebih baik. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan bermanfaat bagi yang membutuhkan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 03 Desember 2021

Veronika Mia Agata

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
ABSTRAK .....	xi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Perumusan masalah .....	5
1.3 Tujuan penelitian .....	5
1.4 Manfaat penelitian .....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori .....	7
2.1.1. <i>Service quality</i> .....	7
2.1.2. <i>Brand Image</i> .....	8
2.1.3. <i>Customer Trust</i> .....	10
2.1.4. <i>Purchasing Decision</i> .....	11
2.2. Penelitian Terdahulu .....	12
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	14
2.4. Model Penelitian .....	17
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian .....	18
3.2. Identifikasi Variabel .....	19
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	19
3.3.1. <i>Service Quality</i> .....	19
3.3.2. <i>Brand Image</i> .....	19
3.3.3. <i>Customer Trust</i> .....	20
3.3.4. <i>Purchasing Decision</i> .....	20
3.4. Pengukuran Dan Variabel .....	24
3.5. Jenis Dan Sumber Data .....	24
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.7. Populasi , Sampel , Dan Teknik Penyampelan .....	24
3.8. Teknik Analisis .....	24



<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	27
4.2. Deskripsi Data .....	30
4.3. Hasil Analisis Data .....	38
4.4. Pembahasan.....	39
<b>BAB 5 SIMPULAN KETERBATASAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan .....	43
5.2. Saran .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ringkasan Penjualan Pertahun Kopi Neira.....	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 4.1 Kategori responden berdasarkan jenis kelamin .....	28
Tabel 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Usia .....	29
Tabel 4.3 Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan.....	30
Tabel 4.4 Derajat Pnelitian Setiap Variabel .....	31
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskripsi <i>Service Quality</i> .....	31
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi <i>Brand Image</i> .....	32
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi <i>Customer Trust</i> .....	32
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi <i>Purchasing Decision</i> .....	33
Tabel 4.9 Uji Validitas .....	34
Tabel 4.10 Nilai Outer Loading Setelah Direduksi .....	35
Tabel 4.11 Uji Reabilitas.....	36
Tabel 4.12 Uji Hipotesis .....	36

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Metode Penelitian .....	17
Gambar 4.1 Metode Struktural .....	14

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2A. Hasil Persyaratan Responden
- Lampiran 2B. Hasil Kuesioner Karakteristik Responden
- Lampiran 3A. Hasil Kuesioner Variabel *Service Quality*
- Lampiran 3B. Hasil Kuesioner Variabel *Brand Image*
- Lampiran 3C. Hasil Kuesioner Variabel *Customer Trust*
- Lampiran 3D. Hasil Kuesioner Variabel *Purchasing Decision*
- Lampiran 4A. Uji Validitas
- Lampiran 4B. Nilai Outer Loading Setelah Di Reduksi
- Lampiran 5. Uji Reabilitas
- Lampiran 6. Uji Hipotesis

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality*, *brand image* dan *customer trust* dalam *purchasing decision* bagi konsumen Kopi Neira di Surabaya dalam pandemi Covid – 19

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sample yang digunakan saat ini sejumlah 100 responden. Kategori responden dalam penelitian ini adalah berusia 17 tahun dan mengkonsumsi Kopi Neira sejumlah 15cup dalam kurun waktu 1 bulan

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa . *Brand Image* perusahaan memiliki efek positif pada *Customer Trust*. *Brand Image* perusahaan memiliki efek negatif pada *Purchasing Decision*. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Trust*. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Trust*. *Service Quality* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Purchasing Decision*. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchasing Decision* melalui *Customer Trust*. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchasing Decision* melalui *Customer Trust*.

Saran dari peneliti untuk Kopi Neira Surabaya agar tetap menjalankan *service quality* dan pengembangan citra merk, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan kepercayaan konsumen.

Kata Kunci : *Service Quality*, *Brand Image*, *Purchasing Decision*, *Customer Trust*

***The influence of service quality , brand image, and customer trust in purchasing decisions for neira coffee consumers during the covid – 19 pandemic in surabaya***

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of service quality, brand image and customer trust in purchasing decisions for Neira Coffee consumers in Surabaya during the Covid-19 pandemic.*

*The sampling technique used is non-probability sampling by purposive sampling. The sample used today is 100 respondents. The category of respondents in this study is 17 years old and consumes 15 cups of Neira Coffee within 1 month*

*The results of this study indicate that . The company's brand image has a positive effect on customer trust. The company's brand image has a negative effect on purchasing decisions. Brand Image has a positive and significant effect on Customer Trust. Service Quality has a positive and significant effect on Customer Trust. Service Quality has a negative and insignificant effect on Purchasing Decision. Brand Image has a positive and significant effect on Purchasing Decision through Customer Trust. Service Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions through Customer Trust.*

*Suggestions from researchers for Neira Coffee Surabaya to continue to run service quality and brand image development, so that it can influence purchasing decisions and consumer confidence*

*Keywords: Service Quality, Brand Image, Purchasing Decision, Customer Trust*