

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KOPI ROEMAH KESAMBI PADA MAHASISWA  
IAIN SYEKH NURJATI CIREBON**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh :

**FIRMAN MAULANA**

**NIM :2008204127**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**SYEKH NURJATI CIREBON**

**TAHUN 1445 / 2023 M**

## ABSTRAK

**Firman Maulana. NIM : 2008204127. “FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI ROEMAH KESAMBI PADA MAHASISWA/I IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”. Skripsi 2024.**

Di Indonesia banyak peluang untuk mencari keuntungan dalam membuka usaha, dikarenakan Indonesia adalah negara berkembang dan memiliki banyak penduduk sehingga itu dapat menjadi suatu peluang usaha bagi perusahaan untuk mencari keuntungan dari produk yang akan dijual. Beberapa hal yang dapat membedakan dalam persaingan yaitu harga, *brand image*, cita rasa dalam menciptakan keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan apa yang melandasi konsumen dalam memilih produk.

Tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui apakah *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Roemah Kesambi pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon, untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Roemah Kesambi pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon, untuk mengetahui apakah cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Roemah Kesambi pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan untuk mengetahui apakah *brand image*, harga dan cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kopi Roemah Kesambi pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 101 responden dari populasi 22.968 dengan menggunakan rumus *slovin* yang diambil melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan IMB SPSS versi 25. Teknik pengambilan sampel menggunakan *cluster sampling*. Analisis data mencakup uji instrument penelitian, asumsi dasar (normalitas dan linearitas), asumsi klasik (multikolinearitas dan heteroskedastisitas), uji koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian kopi roemah kesambi pada mahasiswa/I IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kopi roemah kesambi pada mahasiswa/I IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Terdapat pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian kopi roemah kesambi pada mahasiswa/I IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Terdapat pengaruh *brand image*, harga dan cita rasa terhadap keputusan pembelian kopi roemah kesambi pada mahasiswa/I IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

**Kata Kunci :** *brand image*, harga, cita rasa dan keputusan pembelian

## ABSTRACT

**Firman Maulana. NIM : 2008204127 “ FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO PURCHASE ROEMAH KESAMBI COFFEE FOR IAIN SYEKH NURJATI CIREBON STUDENTS ” Thesis. 2024**

In Indonesia there are many opportunities to make a profit in opening a business, because Indonesia is a developing country and has a large population so it can be a business opportunity for companies to make a profit from the products they sell. Several things that can differentiate in competition are price, brand image, taste in creating purchasing decisions. Therefore, companies must pay attention to what underlies consumers in choosing products.

The aim of the research is to find out whether brand image influences the decision to purchase Roemah Kesambi Coffee among IAIN Syekh Nurjati Cirebon students, to find out whether price influences the decision to purchase Roemah Kesambi Coffee among IAIN Syekh Nurjati Cirebon students, to find out whether taste influences the decision to purchase coffee. Roemah Kesambi among IAIN Syekh Nurjati Cirebon students and to find out whether brand image, price and taste influence the decision to purchase Roemah Kesambi Coffee among IAIN Syekh Nurjati Cirebon students.

This research used a quantitative approach with 101 respondents from a population of 22,968 using the Slovin formula which was taken through distributing questionnaires and analyzed using IMB SPSS version 25. The sampling technique used cluster sampling. Data analysis includes research instrument tests, basic assumptions (normality and linearity), classical assumptions (multicollinearity and heteroscedasticity), coefficient of determination tests and hypothesis tests.

The results of this research show that there is an influence of brand image on the decision to purchase Roemah Kesambi coffee among IAIN Syekh Nurjati Cirebon students. There is an influence of price on the decision to purchase Roemah Kesambi coffee among IAIN Syekh Nurjati Cirebon students. There is an influence of taste on the decision to purchase roemah kesambi coffee among IAIN Syekh Nurjati Cirebon students. There is an influence of brand image, price and taste on the decision to purchase Roemah Kesambi coffee among IAIN Syekh Nurjati Cirebon students.

**Keywords:** *brand image, price, taste and purchasing decisions*

## الملخص

فرمان مولانا.2008204127. "العوامل التي تؤثر على قرار شراء قهوة روماه كيسامبي لطلاب إيان سيخ نورجاتي سيريبون". أطروحة 2024.

في إندونيسيا هناك العديد من الفرص لتحقيق الربح من خلال فتح مشروع تجاري، لأن إندونيسيا دولة نامية ولديها عدد كبير من السكان لذلك يمكن أن تكون فرصة عمل للشركات لتحقيق ربح من المنتجات التي تبيعها. العديد من الأشياء التي يمكن أن تفرق في المنافسة هي السعر وصورة العلامة التجارية والذوق في اتخاذ قرارات الشراء. لذلك، يجب على الشركات الانتباه إلى ما يكمن وراء المستهلكين عند اختيار المنتجات.

الهدف من البحث هو معرفة ما إذا كانت صورة العلامة التجارية تؤثر على قرار شراء قهوة Roemah Kesambi بين طلاب IAIN Syekh Nurjati Cirebon، لمعرفة ما إذا كان السعر يؤثر على قرار شراء قهوة Roemah Kesambi بين طلاب IAIN Syekh Nurjati Cirebon، لمعرفة ما إذا كان السعر يؤثر على قرار شراء قهوة Roemah Kesambi بين طلاب IAIN Syekh Nurjati Cirebon. ما إذا كان الطعم يؤثر على قرار شراء القهوة رويما كيسامبي بين طلاب IAIN Syekh Nurjati Cirebon ومعرفة ما إذا كانت صورة العلامة التجارية والسعر والطعم تؤثر على قرار شراء قهوة Roemah Kesambi بين طلاب IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

استخدم هذا البحث منهجًا كميًا مع 101 مستجيبًا من عدد سكان يبلغ 22,968 باستخدام الصيغة السلوفاينية التي تم أخذها من خلال توزيع الاستبيانات وتحليلها باستخدام IMB SPSS الإصدار 25. استخدمت تقنية أخذ العينات أخذ العينات العنقودية. يتضمن تحليل البيانات اختبارات أداة البحث، والافتراضات الأساسية (الحالة الطبيعية والخطية)، والافتراضات الكلاسيكية (الخطية المتعددة والتغايرية)، واختبارات معامل التحديد واختبارات الفرضيات.

تظهر نتائج هذا البحث أن هناك تأثيرًا لصورة العلامة التجارية على قرار شراء قهوة Roemah Kesambi بين طلاب IAIN Syekh Nurjati Cirebon. هناك تأثير للسعر على قرار شراء قهوة Roemah Kesambi بين طلاب IAIN Syekh Nurjati Cirebon. هناك تأثير للذوق على قرار شراء قهوة رويما كيسامبي بين طلاب IAIN Syekh Nurjati Cirebon. هناك تأثير لصورة العلامة التجارية والسعر والذوق على قرار شراء قهوة Roemah Kesambi بين طلاب IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

الكلمات البحث: صورة العلامة التجارية والسعر والذوق وقرارات الشراء

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

**FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KOPI ROEMAH KESAMBI PADA MAHASISWA IAIN  
SYEKH NURJATI CIREBON**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

**FIRMAN MAULANA**

NIM. 2008204127

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Abdul Aziz M.Ag.**

**Achmad Otong Busthomi, Lc.,MA.g**

NIP. 19730526 200501 1 044

NIP. 19731223 200701 1 022

Mengetahui :

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Achmad Otong Busthomi, Lc.,MA.g**

NIP. 19731223 200701 1 022

**NOTA DINAS**

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di Cirebon

***Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara **FIRMAN MAULANA**, NIM : 2008204127 dengan judul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI ROEMAH KESAMBI PADA MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON"**. Kami bersepakat bahwa skripsi tersebut diatas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosyahkan.

***Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Menyetujui :

Pebimbing I

Pembimbing II

Dr. Abdul Aziz M.Ag.

Achmad Otong Busthomi, Lc.,M.Ag

NIP. 19730526 200501 1 044

NIP. 19731223 200701 1 022

Mengetahui :

Ket. **KEMERDESAAN** Ekonomi Syariah



Achmad Otong Busthomi, Lc.,M.Ag

2007011022

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI ROEMAH KESAMBI PADA MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”** oleh **Firman Maulana, NIM : 2008204127** telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal

Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah (EKOS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosyah

Ketua Sidang, Sekretaris Sidang,



**Achmad Firdaus Busthomi, Lc., M.Ag**  
NIP. 197312232007011022


Penguji I




**H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si.**  
NIP. 197311252014111002

Penguji II

**IAIN SYEKH NURJATI CIREBON**

  
**Dr. Layaman, S.E., M.Si**  
NIP. 19721007102 101 1002

  
**Hafni khairunnisa, M.Sc**  
NIP. 19880826201 801 2002

## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

### *Bismillahirrahmaanirrahim*

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Firman Maulana  
Nim : 2008204127  
Tempat Tanggal Lahir : Kuningan, 26 Mei 2002  
Alamat :Desa Ciawigebang. RT/RW 03/02 Kec.  
Ciawigebang. Kab.Kuningan Jawa Barat

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI ROEMAH KESAMBI PADA MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”** merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu pernyataan memperoleh gelar strata satu (S1) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon dan semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan hasil karya saya atau merupakan jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.  
Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Cirebon, 18 Maret 2024

  
  
**FIRMAN MAULANA**

**NIM. 2008204127**



## LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah* dan mengucapkan penuh rasa syukur kepada Allah SWT sehingga memberikan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi yang sederhana ini dengan tepat waktu. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan dan panutan bagi semua umat. Dengan segala kerendahan hati dan penuh kebahagiaan, kupersembahkan karya kecil ini sebagai tanda bukti, cinta, kasih dan rasa hormat tak terhingga kepada:

Kedua orang tua tercinta, Ayah Hari Rosanur dan Ibu Aan Rusnani (Alm) yang selalu memberikan do'a, motivasi, materi serta waktu yang tiada henti demi keberhasilan putramu. Terimakasih yang tidak terhingga atas segala pengorbanan yang telah kalian berikan dengan penuh keikhlasan atas do'a yang selalu menjadi suntikan semangat bagi setiap langkah putramu dari pencapaian yang telah ditempuh hingga sekarang, yang tidak mungkin ku balas hanya dengan selebar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi awal untuk membuat kalian bahagia karena ku sadar, banyak hal yang kau beri saat putramu ini mengenyam jenjang pendidikan yang sangat luar biasa kalian utamakan.

Tidak lupa pula keberhasilan ini saya persembahkan untuk Kakak tercinta Haris Rudianto, Maya Susilawati, Mila Wati, Rita Indrawati, Andri Irawan, dan Desi Kurniasari, terimakasih atas segala dukungan setiap langkah yang ku ambil serta bantuan materinya. Dan tidak lupa untuk Adikku Irna Nurpitriani serta ponakan tersayang Yusra Khairi Abdillah yang selalu membuat penulis bersemangat. Serta Bintang sebagai orang terkasih. InsyaAllah kalian akan selalu ada dalam setiap do'a dan langkahku serta kelak akan menjadi orang utama dalam kesuksesanku baik di dunia maupun di akhirat. Semoga kalian senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT.

-----\*-----

## MOTTO

“JANGAN MALU DENGAN KEGAGALANMU,  
BELAJARLAH DARINYA DAN MULAI LAGI”



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kuningan pada tanggal 26 Mei 2002. Dengan penuh kasih sayang, penulis dibesarkan dengan diberikannya nama Firman Maulana. Penulis merupakan anak ketujuh dari delapan bersaudara dari pasangan bapak Hari Rosanur dan Ibu Aan Rusnani (Alm), penulis tinggal di Desa Ciawigebang. Kec. Ciawigebang RT/RW 03/02. Kab. Kuningan Jawa Barat

Jenjang Pendidikan yang ditempuh adalah :

1. MI PUI Ciawigebang (2008 – 2014)
2. SMP 1 Negeri Ciawigebang (2014 – 2017)
3. SMA 1 Negeri Ciawigebang (2017 – 2020)

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah dan mengambil judul skripsi **“FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI ROEMAH KESAMBI PADA MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”**.  
Dibawah bimbingan bapak Dr. Abdul Aziz M.Ag. dan bapak Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag

Dengan daftar Riwayat hidup ini dibuat dengan sebesar- besarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cirebon, 18 Maret 2024

**Firman Maulana**

**NIM. 2008204127**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT. Tuhan pencipta alam beserta isinya, yang selalu mencurahkan segala rahmat dan kekuatan-Nya untuk bergerak, berfikir dan berkarya dalam menggapai ridho-Nya yang telah memberikan warna dalam kehidupan, terutama dalam penulisan skripsi ini, sehingga skripsi yang berjudul **“FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI ROEMAH KESAMBI PADA MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”** dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Sholawat serta salam tetap selalu tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW. Semoga kita mendapatkan syafa'atnyadi akhir zaman nanti. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang penulis hadapi. Namun, berkat kesungguhan hati dan kerja keras serta dorongan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga membuat penulis tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Kedua orang tua tercinta Bapak (Hari Rosanur) dan Ibu (Aan Rusnani.(Alm)) terimakasih atas doa, kasih sayang, perhatian serta dukungan yang diberikan.
2. Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Dr. H. Didi Sukardi, M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
5. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
6. Bapak Dr. Abdul Aziz M.Ag., selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar membimbing, memotivasi dan memberikan saran-saran kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Seluruh Dosen dan Staff khususnya jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
9. CEO dan Socmed Specialist Kopi Roemah Kesambi yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
10. Kakak ku tersayang Haris Rudianto, Maya Susilawati, Mila Wati, Rita Indrawati, Andri Irawan, dan Desi Kurniasari yang selalu mendukung, memotivasi dan mendo'akan selama ini.
11. Adik ku tersayang Irna Nurpitriani beserta keponakan tersayang Yusra Khairi Abdillah yang selalu membuat penulis bersemangat.
12. Bintang yang sudah begitu sabar, memberi support dan menjadi tempat keluh kesah.
13. Sahabat seperjuangan selama perkuliahan sampai dengan skripsi saya selesai Bintang, Nissa Aprillia, M Farhan Fadlur Rahman, Medita Nurrisma, Vikri Pahrudin dan Aziz Nur Ramadhan yang sudah mengejar target bersama, membantu dan mensupport.
14. Keluarga besar Ekonomi Syariah D yang sudah berjuang bersama selama 4 tahun dalam perkuliahan.
15. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan pengalaman, motivasi, do'a dan semangat kepada penulis.

Semoga bantuan dan dukungan yang bersifat moril maupun material dari berbagai pihak tersebut dapat menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT. Aamiin...

Cirebon, 18 Maret 2024

Penulis

**Firman Maulana**

**NIM. 2008204127**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK ARAB</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI</b> .....	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....	<b>xx</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITER ARAB LATIN</b> .....	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Perumusan Masalah</b> .....	<b>8</b>
1. Identifikasi Masalah.....	8
2. Batasan Masalah.....	8
3. Rumusan Masalah.....	8
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>E. Sistematika Penulisan</b> .....	<b>10</b>
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
<b>A. Konsep Perilaku Konsumen</b> .....	<b>12</b>
<b>B. Keputusan Pembelian</b> .....	<b>13</b>
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	13

2. Indikator Keputusan Pembelian .....	13
3. Tahap- Tahap Keputusan Pembelian.....	14
4. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
1. Faktor Internal.....	15
2. Faktor eksternal.....	16
3. Politik.....	17
<b>C. <i>Brand Image</i>.....</b>	<b>17</b>
1. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	17
2. Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i> .....	18
3. Dimensi <i>Brand Image</i> .....	18
4. Indikator <i>Brand Image</i> .....	20
5. Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> .....	20
<b>D. Konsep Harga.....</b>	<b>21</b>
1. Pengertian Harga.....	21
2. Peran Harga.....	21
3. Dimensi Harga.....	22
4. Indikator Harga.....	22
<b>E. Cita Rasa.....</b>	<b>22</b>
1. Pengertian Cita Rasa.....	22
2. Faktor-faktor Cita Rasa.....	23
3. Indikator Cita Rasa .....	24
<b>F. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>24</b>
<b>G. Pengajuan Hipotesis.....</b>	<b>31</b>
<b>H. Kerangka Berpikir.....</b>	<b>34</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
<b>A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....</b>	<b>35</b>
<b>B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....</b>	<b>35</b>
<b>C. Populasi Dan Sampel.....</b>	<b>35</b>
<b>D. Jenis Data Dan Sumber Data.....</b>	<b>38</b>
<b>E. Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>39</b>
<b>F. Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>40</b>
<b>G. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>43</b>

<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL.....</b>	<b>53</b>
<b>A. Gambaran Umum Kopi Roemah Kesambi.....</b>	<b>53</b>
1. Sejarah Singkat Kopi Roemah Kesambi.....	53
2. Visi dan Misi Kopi Roemah Kesambi.....	53
3. Profil Kopi Roemah kesambi.....	54
<b>B. Gambaran Umum Responden.....</b>	<b>54</b>
<b>C. Gambaran Umum Variabel Penelitian.....</b>	<b>58</b>
<b>D. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....</b>	<b>63</b>
1. Hasil Uji Validitas.....	63
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	65
<b>E. Hasil Uji Asumsi.....</b>	<b>66</b>
1. Uji Asumsi Dasar.....	66
a. Normalitas .....	66
b. Linearitas .....	67
2. Uji Asumsi Klasik.....	69
a. Multikolinearitas.....	69
b. Heteroskedastisitas.....	71
<b>F. Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....</b>	<b>72</b>
<b>G. Hasil Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>).....</b>	<b>73</b>
<b>H. Hasil Uji Hipotesis.....</b>	<b>74</b>
1. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	74
2. Hasil Uji F (Simultan).....	75
<b>I. Pembahasan Penelitian.....</b>	<b>77</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>82</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>82</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>82</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rata- Rata Konsumsi Perkapita Seminggu Minuman Jadi Di Kota Cirebon Dari 2018 – 2022.....	3
Tabel 1.2 Perbandingan <i>Coffe Shop</i> Data Penjualan Himalayan <i>Coffe</i> Dari Bulan Januari – September 2023.....	4
Tabel 1.3 Perbandingan <i>Coffe Shop</i> Data Penjualan Kopi Kenangan Dari Tahun 2018 – 2022.....	5
Tabel 1.4 Data Penjualan Kopi Roemah Kesambi Dari 2018 – 2022.....	5
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon TA 2023/2024.....	36
Tabel 3.2 Klaster Mahasiswa Berdasarkan Fakultas.....	37
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.4 Skala Likert.....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/ Bulanan.....	57
Tabel 4.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	58
Tabel 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga (X2).....	60
Tabel 4.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Cita Rasa (X3).....	61
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa (X3).....	64

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X1, X2, X3, Y).....	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas X1 Terhadap Y.....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji Linearitas X2 Terhadap Y.....	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas X3 Terhadap Y.....	69
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	72
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	73
Tabel 4.21 Hasil Uji T.....	74
Tabel 4.22 Hasil Uji F.....	76



## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 konsumsi kopi Nasional.....3



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....34



## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Hasil Survei Pra Penelitian Pembelian Kopi Roemah Kesamsi (KRK) Pada Mahasiswa S1 IAIN Syekh Nurjati Cirebon.....	7
Diagram 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	55
Diagram 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Diagram 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/ Bulanan.....	57



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

Contoh :

كَتَبَ = *Kataba*  
سُئِلَ = *su'ila*  
حَسُنَ = *hasuna*

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيُّ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
أَوْ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :



كَيْفَ =kaifa

قَوْلَ =qaula

### C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
آ...آ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إ...إ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

قَالَ سُبْحَانَكَ = *qala subhanaka*

إِذْ قَالَ يُوسُفُ لِأَبِيهِ = *iz qala yusufu li abih*

### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ = *raudah al-atfal* atau *raudatul atfal*

طَلْحَةُ = *talhah*

### E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syadd.

Contoh :

رَبَّنَا = *rabbana*

نُعْمٍ = *nu'ima*

### F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

#### 1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الدَّهْرُ = *ad-dahru*      أَشْمَسُ = *asy-syamsyu*

أَنْمَلُ = *an-namlu*      اللَّيْلُ = *al-lailu*

#### 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh :

أَقْمَرُ = *al-qamaru*      أَفْقَرُ = *al-faqrū*

أَلْغَيْبُ = *al-gaibu*      أَلْعَيْنُ = *al-'ainu*

### G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara

hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

شَيْءٌ	= syai'un	أَمْرٌ	= umirtu
إِنَّ	= inna	أَكَلَ	= akala

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	= Ibrahim al Khalil atau Ibrahimul-Khalil
بِسْمِ اللَّهِ مَجَّهَا وَمُرَّسَهَا	= Bissmillahi majraha wa mursaha

## I. HURUF KAPITAL

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	= Wa ma Muhammad illa Rasul
لَا حَمْدَ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	= alhamdu lillah rabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh :

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمْعًا	= Lillahi al-amru jami'an
---------------------------	---------------------------

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

= *wallahu bi kulli sya'in 'alim*

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

