

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, CITA RASA, DAN DISKON  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
J.CO DONUTS**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh :  
**TARISSA ZAHRAH ENDARIFA**  
NIM : 1122000080

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
TAHUN 2023/2024**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, CITA RASA, DAN DISKON  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN J.CO  
DONUTS**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Niaga**



**DI SUSUN OLEH :  
TARISSA ZAHRAH ENDARIFA  
1122000080**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2024**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama : Tarissa Zahrah Endarifa**

**NIM : 1122000080**

**Judul : Pengaruh Brand Image, Cita Rasa, Dan Diskon Terhadap  
Keputusan Pembelian Konsumen J.CO Donuts**

**Surabaya, 8 Juli 2024**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.**

**NPP. 20120870103**

**Disetujui Oleh,**

**Dosen Pembimbing**

**Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.**

**NPP. 20120860057**

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 01 Juli 2024 :

Dosen Penguji

1. **Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.**

Ketua

2. **Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.**

Anggota

3. **Drs. Agung Pujianto, M.M.**

Anggota

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.**

NPP. 20120870103

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Tarissa Zahrah Endarifa  
NIM : 1122000080  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Cita Rasa, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesada-sadarnya. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi.

Surabaya, 8 Juli 2024

Yang Membuat pernyataan



Tarissa Zahrah Endarifa



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tarissa Zahrah Endarifa  
NBI : 1122000080  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

Pengaruh *Brand Image*, Cita Rasa, Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J.CO Donuts.

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 8 Juli 2024

Yang Menyatakan,

STAMP PERAI TEMPEL  
0884ALX234902369

(.....Tarissa Zahrah.....)

## HALAMAN MOTTO

“Tuhanmu tiada meninggalkan kamu, dan tiada (pula) benci kepadamu.”

(Q.S Ad –Dhuha: 3)

*“Mengapa takut pada lara, sementara semua rasa bisa kita cipta akan selalu ada  
tenang di sela-sela gelisah yang menunggu reda”*

(Payungteduh – Diatas Meja)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya yang selama ini mendukung serta mendoakan.
2. Kepada seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Khususnya kepada Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M. M selaku dosen pembimbing 2 yang telah menjadi pembimbing dengan baik dan sabar.
3. Teman-teman saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama perkuliahan dan mengerjakan skripsi.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada saya, sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Administrasi Bisnis dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari kata sempurna meskipun saya telah berusaha sebaik mungkin.

Segala perjuangan saya hingga titik ini, saya persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat, menjadi alasan saya kuat sehingga bisa menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah yang sederhana ini.

1. Kepada Allah subhanahu wata'ala yang telah memberikan saya kesehatan jasmani dan rohani sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPS. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Kepada Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM. selaku kepala prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M. M selaku dosen pembimbing 2 saya, terima kasih karena telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya dan mengarahkan saya dalam penyelesaian skripsi.
6. Dosen-dosen prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan saya ilmu selama 4 tahun ini.
7. Yang tersayang kepada mama, Ibu Lilis Ernawati yang telah memberi dukungan penuh kepada saya dari segi manapun meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih sebesar-besarnya telah membesarkan dan mendidik saya menjadi orang yang sabar dalam menghadapi segala masalah dan dilancarkan segala urusan saya, terima kasih juga karena selalu menyebutkan nama saya dalam setiap doa diakhir sujudmu.
8. Kepada papa saya, Abdi Widi Permana yang telah memberikan dukungan dari segi materil maupun non materil, semangat, dorongan, restu, arahan, dan nasihat baik sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Kepada saudara perempuan saya satu-satunya, Bellia Rahma Ayustine Viorizka terimakasih banyak telah memberikan inspirasi, saran dan bantuan

kepada saya dengan memberikan judul skripsi ini, menjadi teman bertukar pikiran dan tempat berkeluh kesah.

10. Kepada nenek saya Marifah yang saat ini sedang mengalami sakit, terima kasih sebesar-besarnya yang selalu memberikan doa, telah merawat cucumu ini dari kecil hingga dewasa ini, terima kasih untuk cinta kasih nenek selama ini, semoga akan terus bahagia dan diangkat penyakitnya.
11. Kepada tante tetapi seperti ibu kedua pagi penulis, Farida Kristiyanti yang dari dulu sampai saat ini telah memberi dukungan, perhatian, dan doa yang baik kepada saya. Terima kasih sudah berusaha sekuat tenaga menjadi ibu yang baik untuk anaknya. Bagi saya beliau tidak gagal menjadi ibu yang terbaik.
12. Sahabat sekaligus rasa saudara Nadya Afiffatur Kharisma yang telah banyak membantu dan mempersamai proses penulis dari awal masuk perkuliahan sampai perkuliahan akan berakhir, menerima penulis apa adanya. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini. *See you on top, nad.*
13. Saudara Shalsabilah Mar'atus Khafidhoh, terima kasih atas waktu luangnya untuk menghibur penulis, dan motivasi yang telah diberikan dalam hidup penulis.
14. Terima kasih kepada teman saya bushenk, sifa, dan ndut. Yang selalu memberikan support kepada penulis.
15. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku kuliah ini.
16. Seluruh pihak yang memberikan bantuan kepada penulis namun tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, semangat, dan doa baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
17. Diri saya sendiri, yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan tugas skripsi ini. Terimakasih karena selalu berpikir positif ketika keadaan sempat tidak berpihak, dan selalu berusaha mempercayai diri sendiri. Hingga akhirnya saya mampu membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri.

Dalam penyusunan tugas akhir penulis menyadari masih terdapat banyak kelemahan maka dari itu, penulis mengharapkan adanya dukungan positif berupa kritik dan saran membangun dari semua pihak agar mampu menghasilkan karya yang baik bagi pembacanya.

Surabaya, 12 Juni 2024

Tarissa Zahrah Endarifa

## ABSTRAK

Keputusan Pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar akan membeli. Persaingan bisnis di Indonesia kini sulit untuk dihadapi maka dibutuhkan kegiatan pemasaran yang mampu menarik perhatian konsumen dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian para konsumen. Perusahaan harus menggunakan strategi pemasaran yang efektif untuk memasarkan produk agar bisa dijangkau lebih banyak konsumen dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat. Salah satu bentuk strategi untuk memenangkan persaingan bisnis yaitu dengan memperhatikan *brand image*, cita rasa, dan pemberian diskon. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image, cita rasa dan diskon terhadap keputusan pembelian konsumen J.CO Donuts. Dalam penelitian ini peneliti sengaja menggunakan objek penelitian J.CO Donuts dikarenakan ingin mengetahui bagaimana para konsumen memandang produk perusahaan ini dan melihat bagaimana J.CO Donuts mempertahankan usaha produk donat dengan persaingan bisnis yang ketat dengan perusahaan donat lainnya. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 Responden dengan teknik lemeshow. Dalam pengumpulan data menggunakan bantuan kuesioner dengan pengukuran nilai skala *likert*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 26. Hasil pengujian terhadap hipotesis menunjukkan hasil bahwa variabel *Brand Image* berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian. Variabel Cita Rasa berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian. Variabel Diskon berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian. Variabel Brand Image, Cita Rasa, dan Diskon secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian.

**Kata kunci :** *brand image, cita rasa, diskon, keputusan pembelian.*

## ABSTRACT

*Purchasing Decision is the stage in the buyer's decision-making process where consumers will actually buy. Business competition in Indonesia is now difficult to deal with, so marketing activities are needed that are able to attract consumer attention and can influence consumer purchasing decisions. Companies must use effective marketing strategies to market their products so that they can reach more consumers and survive in tight business competition. One form of strategy to win business competition is by paying attention to brand image, taste and giving discounts. This research aims to determine the influence of brand image, taste and discounts on J.CO Donuts consumer purchasing decisions. In this research, the researcher deliberately used the research object J.CO Donuts because he wanted to know how consumers view this company's products and see how J.CO Donuts maintains its donut product business with tight business competition with other donut companies. This research used a sample of 100 respondents using the lemeshow technique. In collecting data using the help of a questionnaire with Likert scale value measurements. The data analysis method used is multiple linear regression analysis with the SPSS 26 program. The results of testing the hypothesis show that the Brand Image variable has a positive effect on the Purchasing Decision variable. The Taste variable has a positive effect on the Purchasing Decision variable. The Discount variable has a positive effect on the Purchasing Decision variable. The Brand Image, Taste and Discount variables simultaneously have a positive effect on the Purchasing Decision variable.*

**Keywords:** *brand image, taste, discounts, purchasing decisions.*

## DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	II
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
SURAT PERNYATAN KEASLIAN.....	IV
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	V
HALAMAN MOTTO .....	VI
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
ABSTRAK .....	XI
ABSTRACT .....	XII
DAFTAR ISI .....	XIII
DAFTAR TABEL .....	XVI
DAFTAR GAMBAR.....	XVII
DAFTAR LAMPIRAN .....	XVIII
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    LATAR BELAKANG.....	1
1.2    RUMUSAN MASALAH.....	5
1.3    TUJUAN PENELITIAN .....	6
1.4    MANFAAT PENELITIAN .....	6
1.4.1    Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2    Manfaat Praktis .....	6
1.5    SISTEMATIKA PENELITIAN .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1    PENELITIAN TERDAHULU .....	9
2.2    LANDASAN TEORI.....	17
2.2.1    Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.5    Cita Rasa .....	22
2.2.6    Diskon .....	24
2.2.8    Keputusan Pembelian.....	27

2.3	DEFINISI KONSEP .....	29
2.3.1	Brand Image .....	29
2.3.2	Cita Rasa .....	29
2.3.3	Diskon .....	30
2.3.4	Keputusan Pembelian.....	30
2.4	DEFINISI OPERASIONAL .....	30
2.5	POLA HUBUNGAN ANTAR VARIABEL.....	31
2.6	KERANGKA PEMIKIRAN .....	34
<b>GAMBAR 2.1 KERANGKA BERPIKIR .....</b>		<b>34</b>
2.7	HIPOTESIS PENELITIAN .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>37</b>
3.1.	RANCANGAN PENELITIAN.....	37
3.2.	POPULASI DAN SAMPEL .....	37
3.2.1.	Populasi .....	37
3.2.2.	Sampel.....	38
3.3.	SKALA PENGUKURAN DAN INSTRUMEN PENELITIAN .....	39
3.3.1.	Skala Pengukuran.....	39
3.3.2.	Instrumen Penelitian.....	40
3.4.	JENIS DATA DAN SUMBER DATA.....	41
3.4.1.	Jenis Data .....	41
3.4.2.	Sumber Data.....	41
3.5.	TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	42
3.6.	TEKNIK ANALISIS DATA .....	42
3.6.1.	Uji Asumsi Klasik .....	42
3.2.1.	Uji Regresi Linear Berganda.....	43
3.2.2.	Uji Hipotesis.....	43
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>47</b>
4.1	PENYAJIAN DATA .....	47
4.1.1	Gambaran Obyek Penelitian.....	47
4.1.2	Karakteristik Responden .....	48
4.1.3	Usia.....	49
4.1.4	Pekerjaan .....	49
4.1.5	Penghasilan.....	50
4.1.6	Uji Instrumen.....	50
4.2	TABULASI DATA .....	52

4.2.1	Tabulasi Data Variabel <i>Brand Image</i> (X1) .....	52
4.2.2	Tabulasi Data Variabel Cita Rasa (X2).....	55
4.2.3	Tabulasi Data Variabel Diskon (X3).....	58
4.2.4	Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	62
4.2.5	Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	65
4.2.6	Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Cita Rasa (X2) .....	66
4.2.7	Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Diskon (X3) .....	68
4.2.8	Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	69
4.3	ANALISIS DATA .....	70
4.3.1	Uji Asumsi Klasik .....	70
4.3.1.5	..... Uji Regresi Linear Berganda .....	76
4.4.2	UJI HIPOTESIS .....	78
4.4.2.1	Uji t (Uji Parsial).....	78
4.4.2.2	..... Uji F (Simultan) .....	80
4.4.2.3	Uji Determinasi <b>R<sup>2</sup></b> .....	81
4.5	PEMBAHASAN .....	81
BAB V PENUTUP .....		85
5.1	KESIMPULAN .....	85
5.2	REKOMENDASI.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....		87
LAMPIRAN .....		91



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	39
Tabel 3. 2 Kelas Interval .....	40
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Penghasilan .....	50
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas .....	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4. 7 Hasil Tabulasi Data Variabel Brand Image (X1) .....	52
Tabel 4. 8 Hasil Tabulasi Data Variabel Cita Rasa (X2) .....	55
Tabel 4. 9 Hasil Tabulasi Data Variabel Diskon (X3) .....	58
Tabel 4. 10 Hasil Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	62
Tabel 4. 11 Hasil Nilai Mean Jawaban Variabel Brand Image (X1) .....	65
Tabel 4. 12 Hasil Nilai Mean Jawaban Variabel Cita Rasa (X2) .....	66
Tabel 4. 13 Hasil Nilai Mean Jawaban Variabel Diskon (X3) .....	68
Tabel 4. 14 Hasil Nilai Mean Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	69
Tabel 4. 15 Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov .....	70
Tabel 4. 16 Uji Multikolinieritas .....	73
Tabel 4. 17 Hasil Uji Linieritas Variabel <i>Brand Image</i> (X1) .....	75
Tabel 4. 18 Hasil Uji Linieritas Variabel Cita Rasa (X2) .....	75
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linieritas Variabel Diskon (X3) .....	76
Tabel 4. 20 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	76
Tabel 4. 21 Hasil Uji t .....	78
Tabel 4. 22 Hasil Uji F .....	80
Tabel 4. 23 Uji Determinasi R <sup>2</sup> .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peringkat Posisi J.CO Donuts Tahun 2024 .....	2
Gambar 1. 2 Macam-macam Jenis Produk J.CO Donuts .....	3
Gambar 1. 3 Penilaian Konsumen Terhadap J.CO Donuts .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	34
Gambar 4.1 Logo J.CO Donuts.....	47
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Data dengan Model Histogram.....	71
Gambar 4. 3 Uji Normalitas Data dengan Model P-Plot.....	72
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2 Data Tabulasi Hasil Kuesioner .....	95
Lampiran 3 Hasil Olah Data Uji Validitas .....	108
Lampiran 4 Uji Hipotesis .....	116
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	117
Lampiran 6 Keterangan Bebas Lab.....	119
Lampiran 7 Bukti Bimbingan.....	120
Lampiran 8 Lembar Revisi.....	122