

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE DISCOUNT*,
DAN *PERCEIVED QUALITY GREEN PRODUCT*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
(Studi pada pembelian tumbler Starbucks)**

**AMINULLAH KAMAL
8215151350**



**Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***THE INFLUENCE OF THE BRAND IMAGE, PRICE
DISCOUNT, AND PERCEIVED QUALITY GREEN
PRODUCT TOWARDS PURCHASE INTENTION
(Purchase of a study of the purchase of a tumbler
Starbucks)***

***AMINULLAH KAMAL
8215151350***



***Skripsi is organized to meet one of the requirements for an undergraduate
degree economy on the economics faculty of jakarta state university***

***BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT
MARKETING CONCENTRATION
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2019***

ABSTRAK

Aminullah Kamal, 2019; Pengaruh Brand Image, Price Discount, dan Perceived Quality Green Product terhadap Purchase Intention (Studi pada pembelian tumbler Starbucks). Skripsi, Jakarta:Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing : Setyo Ferry Wibowo S.E, M.Si & Dr. Mohammad Rizan M.M

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap *purchase intention*, *price discount* terhadap *purchase intention*, dan *perceived quality green product* terhadap *purchase intention*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey dengan instrumen berupa kuisioner. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 206 responden dengan kriteria konsumen tumbler Starbucks yang berdomisili di daerah wilayah Jakarta Timur. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 24 dan AMOS versi 22 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh terhadap *purchase intention*, variabel *price discount* berpengaruh terhadap *purchase intention*, dan variabel *perceived quality green product* berpengaruh terhadap *purchase intention*.

Kata kunci: *Brand Image, Price Discount, Perceived Quality, tumbler, Starbucks, Purchase Intention.*

ABSTRACT

Aminullah Kamal, 2019; The influence of the brand image, price discount, and perceived quality green product towards purchase intention (purchase of a study of the purchase of a tumbler starbucks). Thesis, Jakarta:Marketing Management Concentration, Study Program S1 Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Conselor Team : Setyo Ferry Wibowo S.E, M.Si & Dr. Mohammad Rizan M.M

The purpose of this research is to know the influence of brand image against purchase intention, price discount against purchase intention, and perceived quality green product against purchase intention. Data collection method in a survey with an instrument of questionnaires. This study using the number of respondents 206 until it gets as much as on a basis consumers tumbler starbucks those residing in the east jakarta. Data analysis techniques using spss 24 version and amos 22 version to process and analyze the data the research results. The results of research suggests that the variable brand image led to purchase intention, variable price discount its effect on purchase intention, and variable perceived quality green product its effect on purchase intention.

Keywords: *Brand Image, Price Discount, Perceived Quality, tumbler, Starbucks, Purchase Intention.*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana, ES, M. Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001	Ketua		20 Agustus 2015
2. <u>Rahmi, SE, M.S.M</u> NIP. 198305012018032001	Sekretaris		20 Agustus 2015
3. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP. 197206272006041001	Penguji Ahli		20 Agustus 2015
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 197206171999031001	Pembimbing 1		20 Agustus 2015
5. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> NIP. 197002122008121001	Pembimbing 2		20 Agustus 2015

Tanggal Lulus

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hadir Mengalir”

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang yang ercinta
Orang tua dan adik atas segala dukungan dan segala materi yang telah diberikan.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh brand image, price discount, dan perceived quality green product terhadap purchase intention (Studi pada Pembelian tumbler di Starbucks)”**, sebagai persyaratan akhir dalam menyelesaikan pendidikan Strata 1 di Universitas Negeri Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, motivasi, bantuan dan doa dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya, kepada:

1. Setyo Ferry Wibowo S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing I.
2. Dr. Mohamad Rizan M.M selaku Dosen Pembimbing II.
3. Prof. Dr. Dedi Purwana E.S, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Suherman M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Para dosen dan seluruh karyawan / staf pegawai Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak mungkin disebutkan satu persatu atas bantuan yang diberikan selama peneliti melaksanakan studi.
6. Orang tua tercinta ayahanda Engkus Kusnadi dan Ibunda Luthfiana Irfai dan adik tunggal Amirullah Jamal atas segala pengorbanan, doa dan kasih sayang yang tidak pernah putus diberikan untuk penulis serta telah memberi bantuan baik moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan menyelesaikan studi S1 penulis.

7. Zahra Salsabila, Teman hidup yang selalu memotivasi dan mensupport agar bisa menyusul dia yang sudah lulus terlebih dahulu.
8. PT. Pupuk Indonesia dan Bank CIMB Niaga Syariah sebagai perusahaan yang telah sabar menjadi pendamping, memotivasi, dan menyemangati.
9. Semua sahabat dekat, dan Ruko Family yang selalu setia memberikan semangat.
10. Keluarga Besar Manajemen A 2015 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi kita semua.

Jakarta, 28 Juni 2019

Aminullah Kamal