

**PENGARUH HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOPI ESENSI**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

MUHAMMAD ICHSAN ZULZIL ARDI
NIM :2411907552



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOPI ESENSI**

Oleh :

Nama : Muhammad Ichsan Zulzil Ardi
NIM : 2411907552
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 09 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Nurdin Rifa'i, SE, M.Sc, M.AP

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOPI ESENSI**

Oleh:

Nama : MUHAMMAD ICHSAN ZULZIL ARDI
NIM : 2411907552
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi Pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 09 Agustus 2023
Waktu : 13.00 – 14.20

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Ir. Muhammad Masyhuri, MBA (.....)
Anggota : Nuryani Susana, S.Pd, SH, MH (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ichsan Zulzil Ardi
NIM : 2411907552
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3201280906000005
Alamat : Kp. Gegerbitung. RT 04/RW 04
Desa Cijeruk, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Esensi ini merukan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 09 Agustus 2023

MUHAMMAD ICHSAN ZULZIL ARDI

ABSTRAK

MUHAMMAD ICHSAN ZULZIL ARDI. NIM 2411907552. Pengaruh Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Esensi.

Dalam dunia usaha yang telah berkembang pesat dari tahun ke tahun, salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah industri kedai kopi. Hal itu dipicu oleh semakin berkembangnya kebutuhan konsumen, setiap pembisnis dituntut untuk mampu berpikir kreatif dan inovatif agar mampu bersaing untuk menghasilkan produk terbaik yang dapat diterima oleh konsumen. Adapun permasalahan yang dihadapi adalah tempat yang tidak strategis dan jauh dari perkotaan, kemudian dengan jaranginya melakukan aktivitas promosi yang akan membuat susahnyanya menjangkau konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Esensi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari uji regresi menunjukkan bahwa 20,2% factor-faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh harga, tempat dan promosi sedangkan sisanya 79,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkah hasil uji F serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} (9,333) > F_{tabel} (2,700)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga menunjukkan nilai $t_{hitung} (3,513)$ dan variabel promosi menunjukkan nilai $t_{hitung} (2,724)$ dimana nilai $t_{tabel} (1,984)$ maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli di Kopi Esensi. Sedangkan variabel tempat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli di Kopi Esensi dengan nilai $t_{hitung} (1,436) < t_{tabel} (1,984)$. Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian di Kopi Esensi adalah variabel harga.

Kata Kunci : harga, tempat, promosi, keputusan pembelian

ABSTRACT

MUHAMMAD ICHSAN ZULZIL ARDI. NIM 2411907552. *The Effect of Price, Place and Promotion on Purchasing Decisions Kopi Esensi.*

In a business world that has grown rapidly from year to year, one of the businesses that is growing today is the coffee shop industry. This is triggered by the growing needs of consumers, every businessman is required to be able to think creatively and innovatively in order to be able to compete to produce the best products that can be accepted by consumers. The problem faced is a place that is not strategic and far from urban areas, then with the rarity of carrying out promotional activities that will make it difficult to reach consumers.

The purpose of this study is to determine and analyze the effect of Price, Place and Promotion on Purchasing Decisions in Essential Coffee. The type of research used is explanatory research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection is done by purposive sampling. The sample amounted to 100 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test showed that 20.2% of purchasing decision factors could be explained by price, place and promotion while the remaining 79.9% were explained by other variables not studied in this study. Meanwhile, the results of the simultaneous F test have a positive and significant effect on buying decisions with the results of the analysis, namely the $\text{calculated } F$ value (9.333) $> F_{\text{table}}$ (2.700). The results of the t test show that the price variable shows the $\text{calculated } t$ value (3.513) and the promotion variable shows the $\text{calculated } t$ value (2.724) where the t_{table} value (1.984) then partially the two variables have a positive and significant effect on the decision to buy at Essence Coffee. While the place variable did not have a positive and significant effect on the decision to buy at Essential Coffee with a $\text{calculated } t$ value (1.436) $< t_{\text{table}}$ (1.984). The dominant variable influencing purchasing decisions at kopi Esensi is the price variable.

Keywords: price, place, promotion, purchase decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah *SWT* atas limpahan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu dengan judul “Pengaruh Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Esensi” yang disusun untuk melengkapi dan memenuhi persyaratan ujian dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan daripada pemilihan judul tersebut dikarenakan penulis ingin mengetahui apakah dari variabel independent (harga, tempat dan promosi) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga hal tersebut dapat dijadikan evaluasi oleh perusahaan terkait untuk memperbaiki bauran pemasaran yang dimaksud. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak maka skripsi ini tidak dapat tersusun. Oleh karenanya penulis ingin berterima kasih kepada pihak berikut.

1. Bapak H. Nurdin Rifa’i, SE., M.Sc., M.AP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dan sebagai pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingannya, arahan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat dengan mudah menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dian Rusmana, S.E., MM selaku pendamping Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga selesai
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.

7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Ayahanda Jajang Jubaedi, Ibunda Rina yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Sodara Hasbullah Kadim selaku pemilik usaha Kopi Esensi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan dorongan begitu luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 09 Agustus 2023
Penulis,

MUHAMMAD ICHSAN ZULZIL ARDI
NIM: 2411907552

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG.....	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Perumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.7. Sistematika Penulisan	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Harga	10
2.1.2. Tempat	12
2.1.3. Promosi	13
2.1.4. Keputusan Pembelian	15
2.2. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	18
2.3. Kerangka Berpikir	20
2.4. Hipotesis	22
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2. Jenis Penelitian	23
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.3.1. Populasi	24
3.3.2. Sample	24
3.4. Teknik Pengumpulan Data	25
3.5. Definisi Operasional Variabel	26
3.5.1. Variabel Bebas	26
3.5.2. Variabel Terikat	28
3.6. Teknik Analisis Data	29
3.6.1. Skala Angka Penafsiran	30
3.6.2. Persamaan Regresi	31

3.6.3. Uji Kualitas Data	32
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	32
3.6.5. Uji Hipotesis.....	34
 BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	37
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.2. Karakteristik Responden.....	38
4.1.3. Tanggapan Responden	40
1. Harga.....	40
2. Tempat	43
3. promosi	45
4. Keputusan Pembelian	47
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	52
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	53
1. Uji Normalitas.....	53
2. Uji Multikolinieritas	55
3. Uji Heteroskedastisitas	56
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	57
1. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	58
2. Hasil Uji F (Simultan).....	59
3. Koefisien Determinasi	60
4. Hasil Uji t (Parsial)	61
5. Pengaruh Dominan	62
4.2. Pembahasan	63
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	66
5.2. Saran	66
 DAFTAR PUSTAKA	68
DAFTAR LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Daftar Kedai Kopi di Kota dan Kabupaten Bogor	2
Tabel 1.2.	Harga Jual di Kopi Esensi	4
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1.	Jadwal pelaksanaan penelitian.....	23
Tabel 3.2.	Devisnisi Oprasional Variabel.....	29
Tabel 3.3.	Angka Penafsiran.....	31
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden	39
Tabel 4.2.	Tanggapan Responden variabel Harga.....	41
Tabel 4.3.	Tanggapan Responden Variabel Tempat	43
Tabel 4.4.	Tanggapan Responden Variabel Promosi	45
Tabel 4.5.	Tanggapan Responden Variabel Keputusan.....	47
Tabel 4.6.	Uji Validitas Harga.....	50
Tabel 4.7.	Uji Validitas Tempat	50
Tabel 4.8.	Uji Validitas Promosi	51
Tabel 4.9.	Uji Validitas Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.10.	Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.11.	Hasil Uji Smirnov Kolmogorov	55
Tabel 4.12.	Hasil Uji Multikolinieritas (<i>Tolerance dan VIF</i>)	56
Tabel 4.13.	Hasil Uji Regresi Berganda Coefficients ^a	58
Tabel 4.14.	Hasil Uji F	60
Tabel 4.15.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	61
Tabel 4.16.	Hasil Uji t (Uji parsial).....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Penjualan 5 Bulan Awal buka	5
Gambar 1.2. Grafik Penjualan 5 Bulan Terakhir.....	6
Gambar 2.1. Proses Pembelian Lima Tahap	17
Gambar 2.2. Kerangka konseptual Penelitian	21
Gambar 4.1. Struktur Organisasi kopi Esensi.....	37
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas	54
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan.....	70
Lampiran 2. Kuesioner	71
Lampiran 3. Tabulasi Data	75
Lampiran 4. Hasil Output SPSS	76
Lampiran 5. Kartu Bimbingan.....	84
Lampiran 6. Riwayat Hidup	85
Lampiran 7. Tabel F, r dan t	86