



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, LOKASI, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Pada PT. Kopi Siipp Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**

Oleh :

M. ARIEF GINANJAR

NPM. 21601081566



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2022**

ABSTRAK

M. ARIEF GINANJAR SKRIPSI. 2022:Judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kopi Siipp Malang Raya

Pembimbing : Budi Wahono, SE, MM & Khalikussabir, SE, MM

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Promosi, Keputusan Pembelian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Kopi Siipp Malang Raya. Sampel dalam penelitian ini adalah 50 karyawan. Teknik yang digunakan dalam pengambilan data adalah berupa kuesioner atau responden diminta untuk mengisi daftar pertanyaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji instrumen (uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas), uji asumsi klasik (uji heteroskedastisitas dan multikolinearitas), analisis regresi linear berganda dan uji statistik (uji F, uji t, dan R^2). Pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan SPSS 16.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, lokasi, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Siipp Malang Raya.



ABSTRACT

M. ARIEF GINANJAR *Thesis*. 2022: Title “*The Influence of Price, Product Quality, Location and Promotion on the Purchase Decision of Siipp Coffee Malang Raya*”

Supervisor : Budi Wahono, SE, MM & Khalikussabir, SE, MM

Keywords: Price, Product Quality, Location, Promotion, Purchase Decision

The purpose of this study was to determine the effect of price, product quality, location, and promotion on purchasing decisions at Kopi Siipp Malang Raya. The sample in this study was 50 employees. The technique used in data collection is in the form of a questionnaire or respondents are asked to fill out a list of questions. The methods used in this study include instrument testing (validity test, reliability test and normality test), classical assumption test (heteroscedasticity and multicollinearity test), multiple linear regression analysis and statistical tests (F test, t test, and R²). Hypothesis testing is done with the help of SPSS 16.0

The results of this study indicate that the variables of price, product quality, location, and promotion have a significant effect on purchasing decisions for Kopi Siipp Malang Raya.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan food and Beverage (F&B) belakangan ini semakin populer baik di luar negeri maupun di Indonesia. F&B adalah salah satu industri yang telah ada dan berkembang sejak lama. Jenis bisnis yang masuk dalam kategori F&B yaitu jenis bisnis yang menempatkan makanan dan minuman dalam poros bisnisnya termasuk F&B service.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern F&B service adalah sebuah istilah yang menggambarkan layanan penyajian makanan kepada pelanggan. Layanan tersebut tidak hanya sekedar menyediakan tempat dan menyajikan makanan dan minuman kepada pelanggan, tetapi juga memberikan pengalaman menikmati hidangan yang menyenangkan.

Mahmud Machfoed (2010:69) mendefinisikan harga adalah jumlah uang yang dikenakan pada jasa. Harga secara luas ialah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Sebuah harga selalu dikaitkan dengan adanya promosi baik itu untuk memperoleh keuntungan jika harga lebih tinggi ataupun harga lebih rendah mengakibatkan kerugian dalam berpromosi. Untuk itu promosi harus benar-benar di perhatikan dalam menentukan harga yang di pasarkan.

Kualitas juga merupakan komponen penting dalam produk dan jasa yang bersangkutan sebagai penentu konsumen untuk membeli suatu produk. Kualitas produk biasanya berhubungan dengan manfaat atau kegunaan serta fungsi dari suatu produk. Kualitas juga ditentukan oleh kegunaan atau fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketergantungan pada produk atau komponen lain. Kualitas yang konsumen harapkan semakin tinggi dengan tingkat harga yang mereka harapkan dapat lebih rendah (Syafiie 2011)

Lupiyoadi (2001:158), menyatakan bahwa “Konsumen merasa puas bila hasil evaluasi perusahaan menunjukkan bahwa produk yang konsumen gunakan berkualitas”. Kualitas produk merupakan hal yang utama didalam pemilihan suatu produk oleh konsumen. Oleh karena itu produk yang ditawarkan kepada konsumen harus produk yang sudah teruji dengan baik terkait dengan kualitasnya. Hal ini karena konsumen mengutamakan kualitas produk tersebut. Meningkatkan kualitas produk supaya konsumen merasa puas merupakan salah satu tujuan perusahaan yang bergerak pada *online shop*. Banyak produk yang dihasilkan dengan bermacam jenis, dan bentuk dimana keseluruhan tersebut ditujukan untuk menarik minat konsumen sehingga konsumen dapat tertarik untuk melakukan keutusan pembelian produk tertentu. Menurut Schiffman dan Kanuk (2014) keputusan pembelian didenifikasikan sebagai sebuah pilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan.

Daerah Batu sendiri sudah banyak ditemui yang membuka usaha F&B dengan berbagai konsep dan menu rasa yang ditawarkan. Salah satunya yaitu Kopi Siipp

yang mempunyai beragam varian rasa seperti kopi, tanpa kopi, yakult, roti panggang (toast), toffle, dan yang akan launching dalam waktu terdekat adalah menu rice box. Salah satu menu yang sangat laku atau digemari pelanggan adalah varian kopi karena, karakter rasa kopi yang sangat kuat dan juga tidak kalah digemari dengan adanya varian toast coklat yang mempunyai rasa yang enak dan dengan harga yang terjangkau.

Salah satu cabang Kopi Siipp yang berada di Batu terletak ditempat wisata yaitu Jatim Park 1. Tempatnya sangat strategis dan mudah untuk ditemukan, yaitu terletak disamping museum bagong. Tempat yang ramai dan banyak pengunjung yang berdatangan menjadikannya mudah untuk dijangkau dan ditemukan oleh konsumen.

Menurut Daryanto (2011:94), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dapat mengarahkan organisasi atau seseorang untuk menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual. Dalam promosi sebaiknya mencantumkan keunggulan atau kelebihan kualitas produk, baik itu produk yang berharga tinggi sampai harga rendah dengan menjelaskan kualitas produk. Kotler (2016:47) promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

Malang adalah kota yang mempunyai banyak tempat wisata yang sudah terkenal dikalangan masyarakat terutama provinsi Jawa Timur. Tempat wisata tersebut dibuka untuk semua kalangan tanpa ada batasan usia dalam

mengunjunginya. Bukan hanya tempat wisata saja yang banyak di Jawa Timur khususnya Malang, yaitu juga terdapat banyak tempat nongkrong di pusat kota maupun didaerah terpencil. Para wisatawan baik anak-anak maupun dewasa samapai orangtua pun pasti tidak akan meninggalkan kesempatan untuk berkunjung ditempat nongkrong atau F&B salah satunya Kopi Siipp yang sudah mempunyai banyak cabang mulai dari Kopi Siipp Aloha, Pandanwangi, Jatim Park 1, Alun-alun Batu, dan Karang Ploso. Cocok untuk para wisata yang sudah menikmati wahana atau bahkan sebelum masuk ke wahana untuk mampir nongkrong dulu di Kopi Siipp dengan lokasi yang strategis, dan cocok buat santai, bahkan istirahat sejenak sambil menikmati varian kopi dan lain-lainnya.

Kopi Siipp sendiri memiliki pesaing atau kompetitor yang ada di Malang Raya, yaitu Kopi Studio 24, Pesen Kopi, Beli Kopi, dan Janji Jiwa. Dari competitor tersebut produk yang menyerupai Kopi Siipp yaitu Janji Jiwa. Keunggulan yang dimiliki Kopi Siipp diantara pesaingnya adalah harga yang terjangkau dan produk yang lengkap serta rasa yang bisa diunggulkan.

Kualitas juga merupakan hal yang paling penting dalam berbisnis F&B tersebut. Salah satunya di Kopi Siipp sangat mementingkan kualitas terhadap produk yang akan dijualnya. Entah itu makanan atau minuman, kualitas adalah hal paling utama yang diperhatikan untuk dijual ke konsumen. Selain dari kualitas produk, harga adalah salah satu hal yang telah diperhatikan juga dalam memuaskan konsumen untuk bisa terjangkau. Dari harga tersebut Kopi Siipp tidak hanya mengasih harga yang sangat terjangkau, tetapi juga telah menciptakan suatu brand

yang mempunyai kualitas rasa seperti F&B lainnya yang sudah terkenal dengan rasa yang sangat lezat.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan tersebut, maka rumusan masalah yang dapat di ambil adalah :

- a. Apakah harga, kualitas produk, lokasi, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Siipp?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kopi Siipp?
- c. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kopi Siipp?
- d. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kopi Siipp?
- e. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kopi Siipp?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Siipp.

- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Kopi Siipp.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Kopi Siipp.
- d. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Kopi Siipp.
- e. Untuk mengetahui promosi terhadap keputusan pembelian pada Kopi Siipp.

1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Masyarakat Penelitian ini masyarakat dapat lebih jeli dalam menentukan keputusan pembelian. Manfaat dan kualitas yang diberikan dari produk lebih baik dari pada lainnya, sehingga hal ini dapat menjadi pertimbangan masyarakat untuk membeli khususnya varian kopi.
- b. Bagi Perusahaan Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan untuk mengetahui sejauhmana keefektifan harga, kualitas
- c. produk, lokasi dan promosi kelak perusahaan dapat melakukan evaluasi dan memperbaiki sistem harga, kualitas produk, lokasi, dan promosinya.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

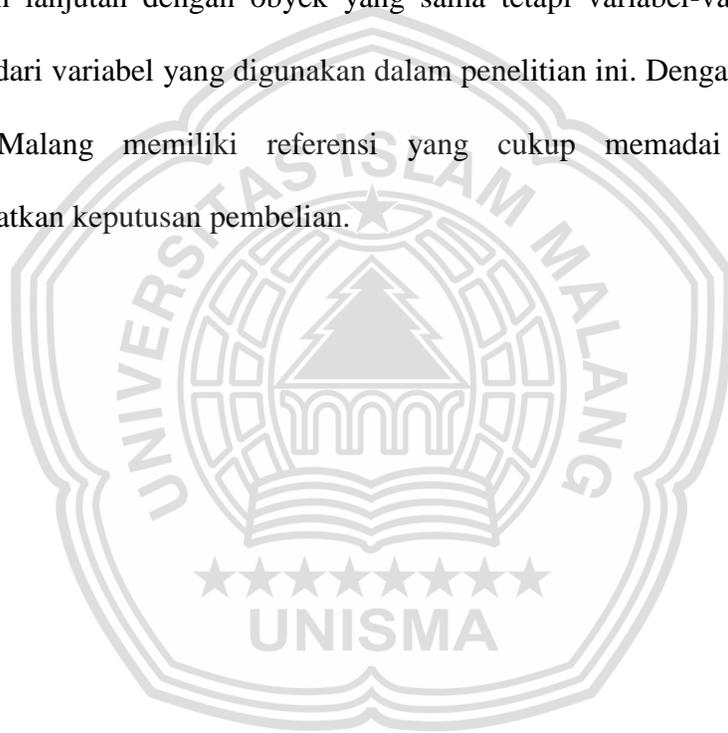
Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang dibantu oleh SPSS 16.0, maka adapun simpulan deskripsi harga, kualitas produk, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pada variabel harga, kualitas produk, lokasi, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Kopi Siipp Malang Raya.
2. variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Siipp Malang Raya.
3. variabel Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Siipp Malang Raya.
4. variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Siipp Malang Raya.
5. variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Siipp Malang Raya.

5.2.Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, berikut ini beberapa saran antara lain:

- a. Berdasarkan deskripsi variabel, menunjukkan perlu adanya perhatian khusus kepada variabel yang memperoleh nilai rata-rata paling rendah diantara indikator lainnya.
- b. Dari hasil penelitian ini, peneliti menyarankan peneliti lain untuk mengadakan penelitian lanjutan dengan obyek yang sama tetapi variabel-variabel penelitian berbeda dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian Kopi Siipp Malang memiliki referensi yang cukup memadai dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian.



DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong dan Kotler, Prinsip Prinsip Pemasaran jilid 1, Edisi 8, Erlangga:Jakarta,2001
- Anwar, Sanusi. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- Arikunto, S. (2016). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daryanto. 2011. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran . Bandung: PT.Sarana Tutorial Nurani Sejatera.
- Fure, Lokasi Keberagaman Produk Harga & Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca, EMBA: Jurnal, 2013
- Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: BP-Universitas Diponegoro, 2006.
- Hariato, Imam, Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kepuasan Pelanggan, [http://jurnal.online.com,\(3September2016\)](http://jurnal.online.com,(3September2016))
- Setiawan, Nugraha, Penentuan Ukuran Sampel Memakai Rrumus Slovin dan Krejcie Morgan.Telaah Konsep dan Aplikasinya Tesis, Universitas Padjajaran: Bandung, 2007
- Sugiyono. 2016. Metoda Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabeta.
- Sulistiyari, I. N. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang). Diponegoro Journal of Management, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2014.