

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SUASANA
TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA KEDAI KOPI LENGA DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen



OLEH:

Nama : Muhammad Firhan Adam

NIM : 190400022

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

2023

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SUASANA
TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA KEDAI KOPI LENGA DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA MANAJEMEN**



OLEH:

Nama : Muhammad Firhan Adam

NIM : 190400022

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Firhan Adam

NIM : 190400022

Program Studi : Manajemen – Strata 1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya hasil sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggungjawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 Agustus 2023



Muhammad Firhan Adam

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Firhan Adam
NIM : 190400022
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Lenga Di Jakarta Selatan”**

Tanggal Ujian :

Jakarta, 2 Agustus 2023

Dosen Pembimbing II


Dosen Pembimbing I



Dr. Yosi Stefhani, SE., MM.


Lucy Nancy Simatupang, SE., MM.

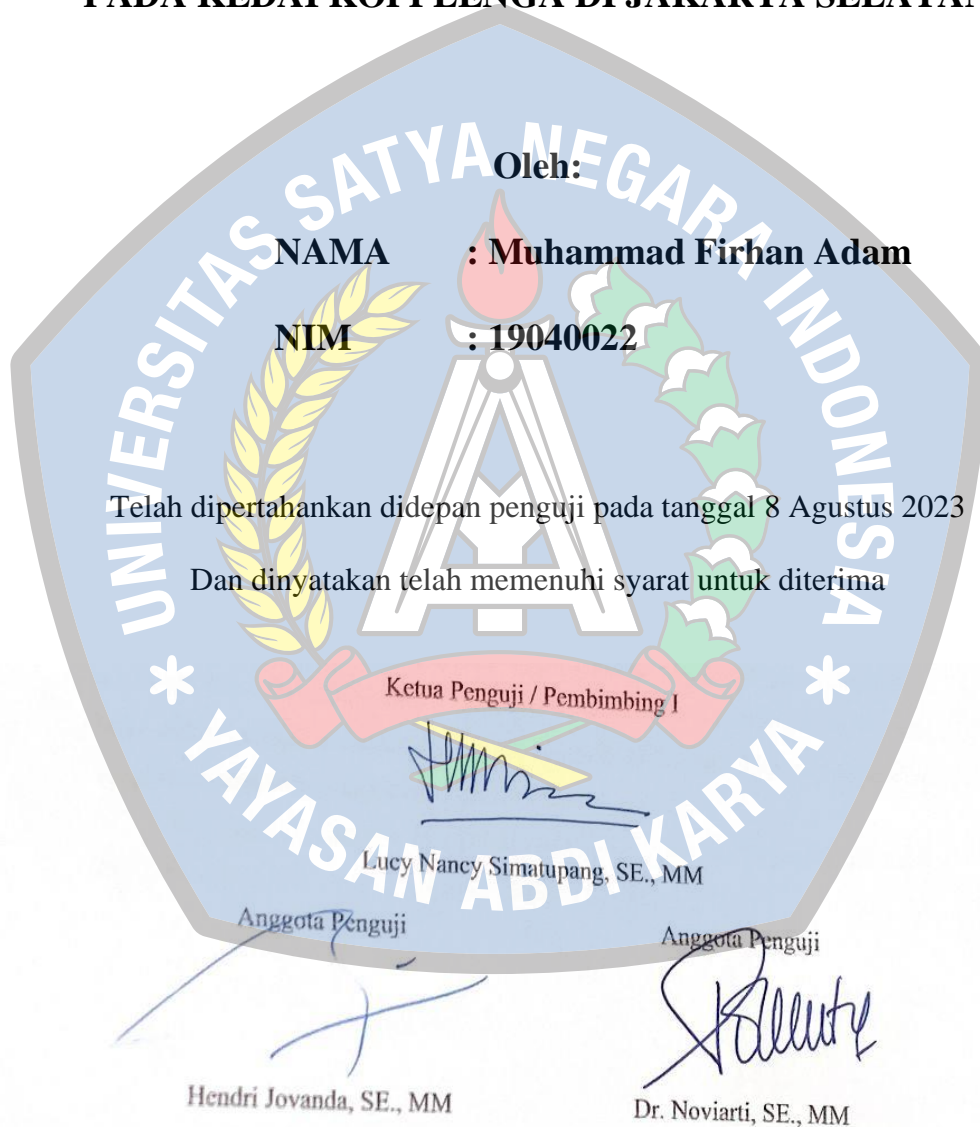
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen


GE: Hery Prasetya, SE, MM, CPHCEP,
CPMP, CODP, CBOA, CLMA.


Agus Wahyono, SE., MM.

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI
PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SUASANA
TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA KEDAI KOPI LENGA DI JAKARTA SELATAN



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademik Universitas Satya Negara Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Firhan Adam
NIM : 190400022
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) kepada Universitas Satya Negara Indonesia atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Lenga di Jakarta Selatan beserta kelengkapan lainnya (jika diperlukan).

Selain itu, Universitas Satya Negara Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta dan bertujuan untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang digunakan secara etis,

Saya juga memberikan izin kepada pembimbing Skripsi/Tugas/Proyek Akhir untuk menjadi penulis kedua dari karya ilmiah saya ini.

Jakarta, 2 Agustus 2023



Muhammad Firhan Adam

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SUASANA TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI LENGA DI JAKARTA SELATAN”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bimbingan atau bantuan baik secara moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Selain itu Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Bapak Dr. Sihar P.H Sitorus, B.S.B.A., M.BA.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak GL. Hery Prasetya, SE., M.M., CPHCEP, CPMP, CODP, CBOA, CLMA.
3. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia, Bapak Agus Wahyono, SE., MM.
4. Dr. Arifin Siagian, SE., MM. selaku dosen pembimbing akademik.
5. Ibu Lucy Nancy Simatupang, SE., MM. Selaku dosen pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan

dan bimbingan kepada penulis disetiap kesempatan agar bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

6. Ibu Dr, Yosi Stefhani, SE., MM. Selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, motivasi, dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Staff Tata Usaha Universitas Satya Negara Indonesia yang telah memberikan pengetahuan dan bantuan kepada penulis selama perkuliahan ini.
8. Kedua orang tua tercinta Bapak Ahmad Ufair dan Ibu Nur Aini, yang telah mencurahkan jiwa dan raga atas kasih sayang, waktu, dan doa untuk penulis dapat menyelesaikan ini dengan baik dan lancar.
9. Terima kasih kepada Mas Aziz Lenga selaku owner dari Kedai Kopi Lenga yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di tempatnya.
10. Shita Fitriana yang senantiasa menemani dan membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Terima kasih Ahmad Ryan Fadillah atau Coyoy yang sudah meluangkan waktunya dan memberikan arahan kepada penulisi sehingga bisa menyelesaikan proses penyusunan ini.
12. Terima kasih kepada teman main grup BAPON FAMILY yang telah mensupport saya sehingga bisa sampai menyelesaikan skripsi ini.

13. Seluruh teman-teman Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia lainnya yang tidak bisa sebutkan satu per satu Namanya, dan semua yang telah membantu saya semasa kuliah.

Penulis dengan ini menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, tanpa kalian semua mungkin saya bukan apa-apa. Untuk itu maka penulis dengan senang hati menerima berbagai masukan, saran, kritik yang membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu.

Jakarta, 2 Agustus 2023


Muhammad Firhan Adam



ABSTRAK

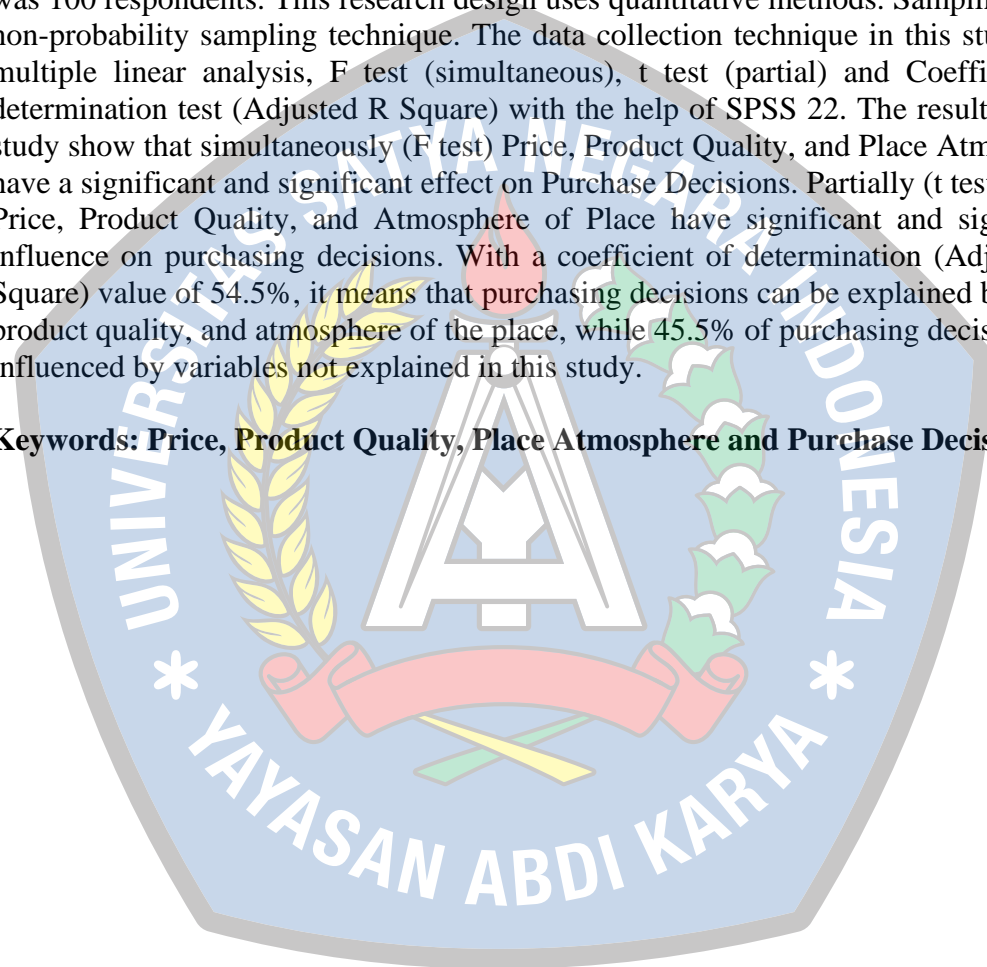
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk, dan suasana tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Lenga. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian di kopi lenga dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda, uji F (simultan), uji t (parsial) dan uji Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dengan bantuan SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukan secara simultan (uji F) Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Tempat berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial (uji t) menunjukan Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Tempat berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai Koefisiensi determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 54,5% artinya Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Tempat sedangkan 45,5% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Suasana Tempat dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine whether the price, product quality, and atmosphere of the place affect the purchasing decision at Lenga Coffee Shop. The population in this study were all consumers who made purchases at Kopi Lenga and the sample in this study was 100 respondents. This research design uses quantitative methods. Sampling using non-probability sampling technique. The data collection technique in this study was multiple linear analysis, F test (simultaneous), t test (partial) and Coefficient of determination test (Adjusted R Square) with the help of SPSS 22. The results of this study show that simultaneously (F test) Price, Product Quality, and Place Atmosphere have a significant and significant effect on Purchase Decisions. Partially (t test) shows Price, Product Quality, and Atmosphere of Place have significant and significant influence on purchasing decisions. With a coefficient of determination (Adjusted R Square) value of 54.5%, it means that purchasing decisions can be explained by price, product quality, and atmosphere of the place, while 45.5% of purchasing decisions are influenced by variables not explained in this study.

Keywords: Price, Product Quality, Place Atmosphere and Purchase Decision



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xvi
TABLE GAMBAR.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 <i>Research Gap</i>	11
1.3 Rumusan Masaalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	14

2.1	Keputusan Pembelian	14
2.1.1	Definisi Keputusan Pembelian	14
2.1.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3	Proses Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4	Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	17
2.1.5	Indikator Keputusan Pembelian	19
2.2	Harga	20
2.2.1	Definisi Harga	20
2.2.2	Tujuan Penetapan Harga.....	20
2.2.3	Strategi Penetapan Harga	21
2.2.4	Dimensi dan Indikator Harga	23
2.3	Kualitas Produk	25
2.3.1	Definisi Kualitas Produk	25
2.3.2	Tujuan Kualitas Produk.....	26
2.3.3	Manfaat Kualitas Produk.....	26
2.3.4	Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	27
2.4	Suasana Tempat.....	28
2.4.1	Definisi Suasana Tempat.....	28
2.4.2	Faktor-faktor Dalam Menciptakan Suasana Tempat.....	29
2.4.3	Elemen-elemen Suasana Tempat.....	30
2.4.4	Tujuan Suasana Tempat	31
2.4.5	Dimensi dan Indikator Suasana Tempat.....	32

2.5	Peneliti Terdahulu	34
2.6	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hubungan Antar Variabel	35
2.6.1	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Tempat Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.6.2	Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.6.3	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.6.4	Hubungan Suasana Tempat Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.7	Hipotesis Penelitian.....	38
BAB 3 METEDOLOGI PENELITIAN.....		39
3.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	39
3.1.1	Sejarah Perusahaan.....	39
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
3.2.1	Waktu Penelitian	39
3.2.2	Tempat Penelitian.....	39
3.3	Desain Penelitian.....	40
3.4	Hipotesis Statistik.....	40
3.5	Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran	41
3.6	Populasi dan Sampel	43
3.6.1	Populasi	43
3.6.2	Sampel	43
3.7	Jenis Data	44

3.8	Definisi Operasioanal Variabel	45
3.9	Metode Analisis Data	46
3.10	Statistik Deskriptif.....	46
3.11	Uji Kelayakan Instrumen	47
3.11.1	Uji Validitas.....	47
3.11.2	Uji Reabilitas	50
3.11.3	Uji Asumsi Dasar	51
3.12	Uji Asumsi Klasik	52
3.12.1	Uji Normalitas	52
3.12.2	Uji Multikolonieritas	52
3.12.3	Uji Heteroskedasitas	53
3.12.4	Uji Autokolerasi	53
3.13	Analisis Regreasi Linear Berganda	54
3.14	Pengujian Hipotesis.....	55
3.14.1	Uji F.....	55
3.14.2	Uji t.....	55
3.15	Uji Koefesien Determinasi	56
BAB 4 ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Hasil Penelitian	57
4.2	Profil dan karakteristik Responden	57
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	58
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	59
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	60
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	61
4.3	Analisis Hasil	61
4.3.1	Analisis Deskriptif	61
4.4	Uji Normalitas Dasar	63
4.5	Uji Asumsi Klasik	63
4.5.1	Uji Normalitas Residual.....	63
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas	65
4.5.3	Uji Multikolinearitas	66
4.5.4	Uji Autokolerasi	67
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda	68
4.7	Uji Hipotesis.....	70
4.7.1	Uji F (Uji Simultan).....	70
4.7.2	Uji t (Uji Parsial)	71
4.8	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	72
4.9	Hasil Penelitian Dengan Teori	73
4.9.1	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Tempat terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.9.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	74

4.9.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	75
4.9.4	Pengaruh Suasana Tempat terhadap Keputusan Pembelian	76
4.10	Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu	77
4.10.1	Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian	77
4.10.2	Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.10.3	Variabel Suasana Tempat Terhadap Keputusan Pembelian	79
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	80
	DAFTAR PUSTAKA	83
	LAMPIRAN	1



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pesaing Kedai Kopi Lenga	5
Tabel 1.2 Data Penjualan Kedai Kopi Lenga.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	43
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.3 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 3.4 Uji Validitas Harga (X1).....	48
Tabel 3.5 Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	49
Tabel 3.6 Uji Validitas Suasana Tempat (X3).....	49
Tabel 3.7 Uji Reabilitas.....	51
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuisisioner.....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	59
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	60
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	61
Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif	62
Tabel 4.9 Hasil Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov	63
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	67

Tabel 4.11 Hasil Uji Autokolerasi	68
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel 4.13 Hasil Uji f (Uji Simultan).....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	71
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi	73



TABLE GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram P-Plot.....	64
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	65
Gambar 4.3 Grafik Scatter Plot.....	66

