

**PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT, PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI IKLIM COFFEE BEKASI**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

IRFAN MAULANA
NIM : 2412008282



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024

DAFTAR ISI

PENGARUH PRODUK,HARGA,TEMPAT,PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI IKLIM COFFEE BEKASI	I
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	II
PENGARUH PRODUK,HARGA,TEMPAT,PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI IKLIM COFFEE BEKASI	III
PERYATAAN.....	IV
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Identifikasi Masalah.....	5
1.3.Pembatasan Masalah	5
1.4.Rumusan Masalah	6
1.5.Tujuan Penelitian	6
1.6.Manfaat Penelitian	7
1.7.Sistematika Penulisan.....	7
BAB II	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Produk	9
2.1.2. Harga	11
2.1.3. Tempat (Saluran Distribusi).....	12
2.1.4. Promosi	13
2.1.5. Keputusan Pembelian Konsumen	18
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Konseptual	21
2.4. Hipotesis.....	23
BAB III.....	24
3.1. Tempat Dan Waktu Penelitian	24
3.2.Jenis Penelitian.....	24
3.3. Populasi dan Sampel	25
3.3.1. Populasi	25
3.3.2. Sampel.....	25
3.4.Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5. Definisi Oprasional Variabel.....	27
3.5.1.Variabel Bebas	27
3.5.2.Variabel Terikat (<i>Dependent Variabel</i>)	29
3.6.Teknik Analisis Data.....	31
3.6.1.Skala dan Angka Penafsiran.....	31
3.6.2.Persamaan Regresi	33
3.6.3.Uji Kualitas Data.....	34
3.6.4.Uji Asumsi Klasik	36
3.6.5.Uji Hipotesis.....	39

BAB IV	42
4.1. Hasil Penelitian	42
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.1.2. Karakteristik Responden	43
4.1.3. Tanggapan Responden	44
4.1.4 Hasil Uji Kualitas Data	54
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis	60
4.2. Pembahasan.....	65
BAB V.....	66
5.1 Simpulan	66
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penyumbang PDB Ekonomi Kreatif Terbesar	1
Tabel 1. 2 Konsumsi Kopi Nasional (Ribu Ton)	1
Tabel 1. 3 Volume Penjualan Kopi (RTD)	2
Tabel 1. 4 Pertumbuhan Cafe Kota Bekasi	3
Tabel 1. 5 Pendapatan Iklim Coffee pertahun.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	24
Tabel 3. 2 Data Pelanggan Iklim Coffee	25
Tabel 3. 3 Definisi Oprasional Variabel	30
Tabel 3. 4 Angka Penafsiran	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	43
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Variabel Produk.....	45
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Variabel Harga.....	48
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Variabel Tempat	50
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Variabel Promosi	51
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Produk	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Tempat.....	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Promosi	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	59
Tabel 4. 14 sil Uji T (Parsial).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Iklim Coffee	42
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	58
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik	60
Gambar 4. 4 Regresi Linier Berganda.....	61
Gambar 4. 5 Hasil Uji F	62
Gambar 4. 6 Hasil Koefesien Determinasi.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 SK Penelitian	68
Lampiran 1. 2 Menu Iklim Coffee	69
Lampiran 1. 3 Foto Iklim Coffee	70
Lampiran 1. 4 Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 1. 5 Tabulasi Data.....	75
Lampiran 1. 6 Hasil Output SPSS.....	76
Lampiran 1. 7 Hasil Uji Normalitas.....	81