

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN  
KOPI DI CAFE CO-LABOREAT BOGOR**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**FEBBY HERDIANA**  
**NIM: 2411807091**



**JURUSAN MANAJEMEN**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI**  
**DEPOK**  
**2022**



JURUSAN MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN  
KOPI DI CAFE CO-LABOREAT BOGOR**

Oleh:

Nama : FEBBY HERDIANA  
NIM : 2411807091  
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 15 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Eko Wahyu Widayat, S.Si., SE.,MM

Menyetujui,  
Ketua Jurusan Manajemen

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 KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN  
KOPI DI CAFE CO-LABOREAT BOGOR**

Oleh:

Nama : FEBBY HERDIANA  
NIM : 2411807091  
Jurusan : Manajemen

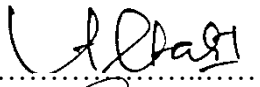
Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 15 Agustus 2022  
Waktu : 08.00 – 09.20 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Altatit Dianawati, S.Si., MM

()

Anggota : Rifai Susanto, SE., MM

()

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Febby Herdiana  
NIM : 2411807091  
Jurusan : Manajemen  
Nomor KTP : 3271026202980004  
Alamat : Jalan Bantar Kemang RT 003/Rw 007, Kel. Baranangsiang,  
Kec. Bogor Timur, Jawa Barat, 16143

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Cafe Co-Laboreat Bogor ini merupakan 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 keserjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 15 Agustus 2022



FEBBY HERDIANA

## ABSTRAK

**FEBBY HERDIANA. NIM 2411807091. Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Cafe Co-Laboreat Bogor.**

---

Pemasaran adalah sebuah strategi bisnis yang mengacu pada aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan suatu produk dan memberikan informasi tentang produk yang dijual perusahaan untuk mempengaruhi keputusan membeli konsumen dan untuk menciptakan nilai ekonomis suatu barang. Dikaitkan dengan penelitian yang dilakukan dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Cafe Co-Laboreat Bogor.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Cafe Co-Laboreat Bogor. 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 cara *Convenience Sampling / Accidental Sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 34,40% faktor-faktor keputusan pembelian minuman kopi di Cafe Co-Laboreat Bogor dijelaskan oleh kualitas produk, harga dan promosi sedangkan sisanya 65,60% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan Uji F menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman kopi di Cafe Co-Laboreat Bogor dengan hasil analisis  $F_{hitung} = (18,286) > F_{tabel} = (2,70)$ . Hasil Uji t menunjukkan variabel kualitas produk hasil analisis  $t_{hitung} (4,695)$ , dan harga  $(2,342)$  dimana  $t_{tabel} (1,984)$  maka secara parsial variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel promosi menunjukkan hasil  $t_{hitung} (1,631)$  maka secara parsial variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian minuman kopi di Cafe Co-Laboreat Bogor. Bisa dijelaskan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian minuman kopi di Cafe Co-Laboreat adalah kualitas produk.

**Kata kunci: kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian.**

## ABSTRACT

***FEBBY HERDIANA. NIM 2411807091. The Effect of Product Quality, Price and Promotion on Coffee Beverage Purchase Decisions at Cafe Co-Laboreat Bogor.***

---

*Marketing is a business strategy that refers to activities carried out by companies to promote a product and provide information about the products sold by the company to influence consumer buying decisions and to create economic value for an item. Associated with research conducted with the title Effect of Product Quality, Price and Promotion on Purchase Decisions for Coffee Drinks at Cafe Co-Laboreat Bogor.*

*The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions for coffee drinks at Cafe Co-Laboreat Bogor. The type of research used is quantitative 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 Convenience Sampling / Accidental Sampling. The sample amounted to 100 respondents, using multiple linear regression analysis.*

*The results of the regression test showed that 34.40% of the decision factors for purchasing coffee drinks at Cafe Co-Laboreat Bogor were explained by product quality, price and promotion, while the remaining 65,60% was explained by other factors not examined in this study. While the F test shows that the independent variables consisting of product quality, price and promotion simultaneously have a significant effect on purchasing decisions for coffee drinks at Cafe Co-Laboreat Bogor with the results of the analysis  $F_{count} = (18,286) > F_{table} = (2.70)$ . The results of the t-test show that the product quality variable is the result of the  $t_{count} (4,695)$ , and price (2,342) where  $t_{table} (1.984)$  then partially these variables have a significant effect on purchasing decisions while the promotion variable shows the results of  $t_{count} (1,631)$ . This partial variable has no significant effect on purchasing decisions for coffee drinks at Cafe Co-Laboreat Bogor. It can be explained that the most dominant variable influencing the decision to purchase coffee drinks at Cafe Co-Laboreat is product quality.*

***Keywords: product quality, price, promotion, purchase decision.***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT penulis panjatkan karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Keberhasilan penulis dalam melakukan penelitian dan menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Cafe Co-Laboreat Bogor”** ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih setulus-tulusnya terutama kepada berbagai pihak berikut ini:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si., SE., MM sebagai pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingannya, arahan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat dengan mudah menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
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 staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Ibunda tercinta, yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.

8. Septian Andriyansyah, sahabat yang telah menjadi *support system* terbaik selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Mesa Selvia, sahabat tercinta dan selaku Kasir Pemasaran di Cafe Co-Laboreat Bogor yang telah menjadi *support system* terbaik selama ini dan telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Firda Oktaviani, teman sekampus sekaligus partner kerja yang selalu dengan senang hati meminjamkan laptopnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
11. Rekan-rekan mahasiswa kelas khususnya angkatan 2017 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang 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, dimasa 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. Aamiin.

Depok, 15 Agustus 2022  
Penulis,

FEBBY HERDIANA  
NIM: 2411807091



## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN .....	ii
LEMBARAN SIDANG .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	5
1.3. Batasan Masalah .....	5
1.4. Rumusan Masalah .....	5
1.5. Tujuan Penelitian .....	6
1.6. Manfaat Penelitian .....	6
1.7. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori .....	8
2.1.1. Kualitas Produk .....	8
2.1.2. Harga .....	9
2.1.3. Promosi .....	10
2.1.4. Keputusan Pembelian .....	11
2.2. Penelitian Terdahulu .....	12
2.3. Kerangka Berpikir .....	15
2.4. Hipotesis .....	16
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	18
3.2. Jenis dan Metode Penelitian .....	18
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian .....	19
3.3.1. Populasi .....	19
3.3.2. Sampel .....	19
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	20
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	21
3.5.1. Variabel Bebas .....	21
3.5.2. Variabel Terikat .....	23
3.6. Teknik Analisis Data .....	24

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran .....	24
3.6.2. Persamaan Regresi .....	26
3.6.3. Uji Kualitas Data .....	27
3.6.4. Uji Asumsi Klasik .....	29
3.6.5. Uji Hipotesis .....	30
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Hasil penelitian .....	34
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	34
4.1.2. Karakteristik Responden .....	34
4.1.3. Tanggapan Responden .....	36
1. Kualitas Produk ( $X_1$ ) .....	37
2. Harga ( $X_2$ ) .....	40
3. Promosi ( $X_3$ ) .....	42
4. Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	45
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data .....	47
1. Uji Validitas .....	47
2. Uji Reliabilitas .....	50
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	50
1. Uji Normalitas .....	51
2. Uji Multikolinieritas .....	52
3. Uji Heteroskedastisitas .....	53
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis .....	54
1. Persamaan Regresi Linier Berganda .....	54
2. Hasil Uji F (Simultan) .....	55
3. Koefisien Determinasi .....	56
4. Hasil Uji t (Parsial) .....	56
5. Pengaruh Dominan .....	57
4.2. Pembahasan .....	58
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan .....	61
5.2. Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penjualan Coffe di Co-Laboreat Februari 2022 .....	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian .....	18
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel .....	23
Tabel 3.3. Angka Penafsiran .....	25
Tabel 4.1. Karakteristik Responden .....	35
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk .....	37
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Variabel Harga .....	40
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Variabel Promosi .....	43
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	45
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	48
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	48
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....	49
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	49
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas dengan <i>One-sample Kolmogorov Smirnov</i> .....	52
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolonieritas (Tolerance & VIF) .....	52
Tabel 4.13. Hasil Uji Regresi Berganda .....	54
Tabel 4.14. Hasil Uji F (Uji Simultan) .....	55
Tabel 4.15. Koefisien Determinasi .....	56
Tabel 4.16. Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2. Kerangka Berpikir Penelitian .....	16
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas .....	51
Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik .....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner .....	66
Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian .....	70
Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian.....	71
Lampiran 4. Hasil Output SPSS (Uji Validitas dan Reliabilitas) .....	72
Lampiran 5. Hasil Output SPSS (Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis) .....	77
Lampiran 6. Kartu Bimbingan .....	80
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	81
Lampiran 8. Tabel F.....	82
Lampiran 9. Tabel t	83