

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, HARGA, PROMOSI,
ORANG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA DEN SINGO KOFFIE**

SKRIPSI



**Oleh :
NINIK ROHMAWATI
16100236
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
SOLUSI BISNIS INDONESIA
YOGYAKARTA
2019**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, HARGA, PROMOSI,
ORANG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA DEN SINGO KOFFIE**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi gelar Sarjana Ekonomi
pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Solusi Bisnis Indonesia
Program Studi Manajemen**



**Oleh :
NINIK ROHMAWATI
16100236
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
SOLUSI BISNIS INDONESIA
YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, HARGA, PROMOSI,
ORANG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA DEN SINGO KOFFIE**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi gelar Sarjana Ekonomi
pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Solusi Bisnis Indonesia
Program Studi Manajemen

**Oleh :
NINIK ROHMAWATI
16100236
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Telah diperiksa dan disahkan oleh Dosen Pembimbing
Yogyakarta, 27 September 2019

Dosen Pembimbing

Surawan Setya Budi S.Skom.MM.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri (ASLI) dan didalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu institusi pendidikan manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 27 September 2019

Ninik Rohmawati
NIM. 16100236

BERITA ACARA

MOTTO

- ❖ Selalu bersyukur dengan apa yang didapat dengan hasil kerja keras sendiri.
- ❖ Terus berdoa dan tawakal kepada Allah SWT sesungguhnya ia maha mendengar dan mengabulkan apa yang kita minta.
- ❖ Tidak ada yang mustahil jika Allah SWT sudah menghendaki.
- ❖ Bersabar dan bersyukur adalah kunci kesuksesan.
- ❖ Segala pencapaian yang indah berawal dari kesusah payahan, kerja keras,
- ❖ dan keyakinan diri sendiri.
- ❖ Berjuang dan berusaha untuk menggapai cita-cita.
- ❖ Ilmu yang baik adalah ilmu yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sebuah karya yang sederhana ini saya persembahkan dengan penuh kasih kepada mereka yang merasa memiliki dan menjadi bagian dari diriku dan kehidupanku sampai detik ini. Sebagai wujud rasa syukur, rasa hormat, rasa terimakasih tak terhingga, dan rasa kasih sayang tak teekira, karya tulis ini saya persembahkan kepada:

- ❖ Bapak dan Ibu saya tercinta, terimakasih atas segala doa, kasih sayang, dukungan, pengorbanan dan nasehatnya selama ini.
- ❖ Bapak dan Ibu angkat saya yang telah memberi saya kesempatan untuk melanjutkan menuntut ilmu serta dukungan dan nasihatnya selama ini.
- ❖ Kakak dan adik-adikku tercinta yang memberiku semangat dan dukungan selama ini.
- ❖ Segenap keluarga besar STIE SBI Yogyakarta yang telah memberi bimbingan selama ini.
- ❖ Untuk teman-temanku terimakasih atas dukungan, nasehat, dan memberi semangatnya kalian luar biasa.
- ❖ Semua teman-teman STIE SBI Yogyakarta baik adik maupun kakak tingkat yang telah mendukung dan memberi semangat.
- ❖ Seluruh staf Den Singo Koffie Yogyakarta yang memberikan saya kesempatan untuk menyelesaikan tugas saya dan dukungannya.
- ❖ Seluruh mahasiswa STIE SBI Yogyakarta sukses selalu dalam menuntut ilmu.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengcap rasa syukur kepada Allah SWT, karna atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Harga, Promosi, Orang Terhadap Keputusan Pembelian di Den Singo Koffie Yogyakarta** ini dapat terselesaikan dengan baik. serta tidak lupa solawat serta salam saya haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Sallallahualaihiwassalam serta keluarga dan sahabatnya yang telah membimbing kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang.

Dari tahap persiapan, pelaksanaan penelitian sampai tersusunnya skripsi ini, penulis telah dapat banyak bantuan, bimbingan, serta pengarahan dari berbagai pihak. Dengan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Alief Indita Agustyani, SE., MM, selaku ketua dan dosen pembimbing akademik STIE SBI Yogyakarta.
2. Bapak Surawan Setya Budi S., Skom., MM. selaku ketua prodi manajemen dan dosen pembimbing skripsi STIE SBI Yogyakarta yang telah memberi bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi.
3. Bapak dan Ibu dosen yang telah mengajar dan memberikan ilmu kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di STIE SBI Yogyakarta.
4. Bapak dan Ibu akademik yang telah melayani dengan baik dan membantu penulis selama masa studi.
5. Bapak dan Ibu saya tercinta Bapak Wakidi dan Ibu Rohmiatin yang tak henti-hentinya mendoakan dan dukungannya selama ini.

6. Kakak dan adik-adik saya Nur Nela Hayati, Anis Atul Muamanah, Jami'atul Khoiriah, Desi Reva Lina, Aurel Ramadani Putri terimakasih yang selalu membuat semangat.
7. Bapak dan Ibu angkat saya Ibu Kuspardani dan Bapak Dwiyanto Utomo yang selalu mendukung, memberikan motivasi, masukan.
8. Teman-teman Prodi Manajemen angkatan 2015 dan 2016 terimakasih atas kebersamaannya selama di STIE SBI Yogyakarta.
9. Teman-teman Prodi manajemen 2015 Eka Dwi Lestari, Siti Latifah, Ponco Cahyo Novi Setiawan, Hilman Yunandi, Stevanus Dony kalian luar biasa.
10. Teman-teman kakak dan adik tingkat STIE SBI Yogyakarta kalian yang semangat belajarnya.
11. Seluruh Staff Den Singo Koffie Yogyakarta yang telah membantu dan mendukung saya selama penyusunan skripsi.

Yogyakarta

Penulis, 27 September 2019

Ninik Rohmawati

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR BERITA ACARA UJIAN PENDADARAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN TEORI	
2.1. Kajian Pustaka	9
2.2. Kajian Teori	13
2.2.1. Manajemen Pemasaran	13
2.2.2. Pemasaran	14
2.2.3. Marketing Mix (Bauran Pemasaran).....	15
2.2.4. Kualitas Produk.....	16
2.2.5. Lokasi.....	22
2.2.6. Harga.....	24
2.2.7. Promosi	34
2.2.8. Orang.....	42
2.2.9. Keputusan Pembelian.....	44

2.3. Kerangka Pikir	51
2.4. Rumusan Hipotesis	54
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	60
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	60
3.3. Data Perusahaan.....	62
3.3.1. Profil Perusahaan	62
3.3.2. Visi.....	63
3.3.3. Misi	63
3.3.4. Susunan Organisasi	63
3.4. Data Penelitian	64
3.4.1. Jenis dan Sumber Data.....	64
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.5. Devinisi dan Pengukuran Variabel	66
3.5.1. Definisi Variabel	66
3.5.2. Definisi Pengukuran Variabel.....	67
3.6. Rancangan Analisis Data (Pengujian Hipotesis)	70
3.6.1. Uji Instrumen	70
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	70
3.6.3. Analisis Data	72
BAB IV. DATA DAN ANALISIS DATA	
4.1. Data Induk Penelitian.....	76
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Gender (Jenis Kelamin).....	76
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	77
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
4.2. Pengujian Instrumen	79
4.2.1. Uji Validitas	79
4.2.2. Uji Reliabilitas	85
4.3. Statistik Deskriptif	86
4.3.1. Variabel Kualitas Produk (X1)	87
4.3.2. Variabel Lokasi (X2)	88
4.3.3. Variabel Harga (X3)	89

4.3.4. Variabel Promosi (X4).....	90
4.3.5. Variabel Orang (X5)	90
4.3.6. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	91
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	92
4.4.1. Uji Normalitas.....	93
4.4.2. Uji Multikolinearitas.....	93
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	94
4.5. Pengujian Hipotesis	95
4.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda	95
4.5.2. Uji Parsial (Uji T)	97
4.5.3. Uji Simultan (Uji F)	100
4.5.4. Koefisien Determinasi (R ²)	101
4.6. Pembahasan Hasil Analisis	102
4.6.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	102
4.6.2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	103
4.6.3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	104
4.6.4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	105
4.6.5. Pengaruh Orang Terhadap Keputusan Pembelian	106
4.6.6. Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Harga, Promosi, Orang Terhadap Keputusan Pembelian	106
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	108
5.2. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4.2. Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	77
Tabel 4.3. Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	80
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Lokasi.....	81
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Harga.....	82
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Promosi	83
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Orang	84
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	84
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 4.11. Tanggapan Responden.....	87
Tabel 4.12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	88
Tabel 4.13 .Hasil Tanggapan Responden Terhadap Lokasi	88
Tabel 4.14 .Hasil Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	89
Tabel 4.15. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Promosi.....	90
Tabel 4.16 .Hasil Tanggapan Responden Terhadap Orang	91
Tabel 4.17 .Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	91
Tabel 4.18. Hasil Uji Normalitas	92
Tabel 4.19. Hasil Uji Multikolinearitas	93
Tabel 4.20. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	95
Tabel 4.21. Hasil Uji Parsial (Uji T).....	98
Tabel 4.22. Hasil Uji Simultan (Uji F)	101
Tabel 4.23. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	53
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Bukti Penelitian.....	116
Lampiran B Kuisisioner Penelitian.....	117
Lampiran C Rekapitulasi Hasil Kuisisioner	120
Lampiran D Hasil Uji Karakteristik Responden	129
Lampiran E Hasil Uji Deskriptif Statistik Variabel.....	130
Lampiran F Hasil Uji Instrumen	131
Lampiran G Hasil Uji Asumsi Klasik.....	137
Lampiran H Hasil Pengujian Hipotesis.....	138