



**PENGARUH FAKTOR KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE GEJE MASTRIP  
JEMBER**

(Studi kasus pada Konsumen Cafe GeJe Jember )

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

ARUM KURNIA SUSANTI

Nim : 1410411118

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2018**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

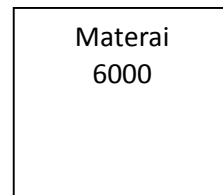
Nama : ARUM KURNIA SUSANTI  
NIM : 1410411118  
Prodi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe GeJe Mastrip Jember (Studi pada Konsumen Cafe GeJe Mastrip Jember)” adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak – pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 06 Juni 2018

Yang menyatakan,



ARUM KURNIA SUSANTI  
1410411118



## **SKRIPSI**

### **PENGARUH FAKTOR KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE GEJE MASTRIP JEMBER**

(Studi pada Konsumen Cafe GeJe Mastrip Jember)

Oleh :

**ARUM KURNIA SUSANTI**  
14.10.411.118

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Bayu Wijyantini, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Budi Santoso, SE, MM., M. AK


## PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul; Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe GeJe Mastrip Jember (Studi pada Konsumen Cafe GeJe Mastrip Jember), telah diuji dan disahkan Oleh Fakultas Ekonomi Universitas muhammdiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 06 Juni 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Dr.Nurul Qomariah, MM

NPK.06 03 426

Anggota 1,

Anggota 2,

Bayu Wijayanti, SE, MM.  
NPK. 10 09 061

Budi Santoso, SE. MM., M. AK  
NPK. 10 03 711

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si  
NPK.01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc  
NPK. 85 03 125

## MOTTO

*Disaat kamu merasa lelah karena kegagalan, disitulah kamu akan belajar dimana hidup tak semudah seperti mimpi yang kamu bayangkan, tetaplah semangat karena kegagalan akan memberimu ilmu dan pelajaran untuk menuntunmu kearah yang lebih baik kedepannya.*

*( Indra yuli setiawan )*

*Hidup ini bagai skripsi, banyak bab dan revisi yang harus dilewati. Tetapi akan selalu berakhir indah, bagi mereka yang pantang menyerah.*

*(Penulis)*

## ***ABSTRAK***

Permintaan pasar adalah salah satu faktor timbulnya persaingan pasar, Guna mencapai pangsa pasar yang besar. Penelitian ini dilakukan pada Cafe Geje, dengan tujuan untuk membuktikan pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian secara satu-persatu. Populasi yang digunakan adalah semua konsumen yang mengunjungi Cafe Geje. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik Accidental Sampling. Responden penelitian ini sebanyak 100 orang. Analisis yang digunakan Uji Instrumen Data, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis. Hasil analisis uji hipotesis, menggunakan uji-t, menunjukkan bahwa secara satu-persatu (parsial) kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan kualitas produk (nilai koefisien sebesar 4,056, dan tingkat signifikannya 0,000), harga (nilai koefisien sebesar 2,576, dan tingkat signifikannya 0,000), dan promosi (nilai koefisien sebesar 6,376, dan tingkat signifikannya 0,000).

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRACT**

*Market demand is one of the factors of the emergence of market competition, In order to achieve a large market share. This research was conducted at Cafe Geje, with the aim to prove the influence of product quality, price, and promotion to purchasing decision one by one. The population used is all consumers who visit Cafe Geje. Sampling in this research is done by Accidental Sampling technique. Respondents of this study as many as 100 people. Analysis used Data Instrument Test, Classic Assumption Test, Multiple Linear Regression, Hypothesis Test. The result of hypothesis test analysis, using t-test, show that one by one (partial) quality of product, price, and promotion have an effect on purchasing decision, with product quality (coefficient value 4,056, 0.000 significance level), price (coefficient value of 2,576, and a significance level of 0,000), and promotion (coefficient value of 6.376, and a significance level of 0,000).*

**Keyword : Quality of Product, Price, and Promotion, and Decision of Purchasing.**

## PERSEMBAHAN



Dengan Mengucap Syukur Alhamdulillah Kepada Allah SWT dan Rasa Terima Kasih, Penulis Persembahkan Karya Tulis Ini Kepada :

1. Untuk kedua orang tuaku dan kakek nenek, Lestariyanto (Bapak) dan Misripah (Ibu), Suwono (Kakek), Sugiyah (Nenek) Yang merawat dan membesarkan saya dan Senantiasa Mencerahkan do'a dan Kasih Sayangnya yang tulus, mendidik dan membimbing dengan penuh kasih sayang serta kesabaran, keikhlasan yang tak pernah mengenal lelah semoga Allah SWT Senantiasa melindungi dan menyayangi beliau berdua.
2. Untuk kakakku Alm. Indra Febrianto dan adik-adikku Dicky Marfianto, Moch. Julianto, Achmad Arshaka Virendra Shafianto, yang selalu berharap agar kelak saya menjadi orang yang sukses, dan kemudian menjadikan saya semakin semangat dalam menjalani masa belajar untuk meraih mimpi.
3. My beloved friends yang selalu setia menemani dimana dan kapanpun, dan selalu memberi dukungan selama mengerjakan skripsi.
4. Untuk Para sahabatku (Silvia nurul aini, Dinda Wijayanti, Titik Dwi, Agung yang selalu membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi.
5. Seluruh keluarga besar saya, yang selalu memberikan dukungan dalam perjalanan pendidikan saya.
6. Untuk Ibu Bayu Wijyantini, SE. MM dan bapak Budi Santoso, SE. MM., M. AK yang telah membimbing saya dalam mengerjakan dan penyusunan skripsi ini..
7. Untuk teman-teman di Fakultas Ekonomi Khususnya Manajemen C (Nurhatika, Redy Ferdianysah, Pranata, Sapta Mega, Annisa) dan juga teman-teman yang lainnya angkatan 2014, terima kasih kalian telah banyak membantu dan memberi semangat bagi saya.



8. Untuk saudaraku dan teman sekamarku(Irma Fibriyanti, Chindy kusuma, Saputri Irmayanti) yang selalu memberikan motivasi, agar cepat lulus dan menjadi Sarjana Ekonomi.
9. Almamater yang saya banggakan dan saya cintai ini Universitas Muhammadiyah Jember.



## KATA PENGANTAR

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Segala puji syukur penulis panjatkan hanya kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayahnya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe GeJe Mastrip Jember (Studi pada Konsumen Cafe GeJe Mastrip Jember).”*

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca atas skripsi ini.

Semangat, motivasi, dan usaha yang pantang menyerah hanyalah sebuah modal yang dimiliki penulis. Namun terkadang semua itu mengendur dan hendak mati. Tanpa adanya bantuan dan kerjasama dari orang-orang yang sudi menerangi. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr.Ir Muhammad Hazmi D.E.S.S, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Drs. Anwar, M.Sc, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin kepada penulis.
4. Ibu Bayu Wijayantini, SE. MM selaku dosen pembimbing I dan bapak Budi Santoso, SE. MM., M. AK selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan, dan pengarahan hingga tersusun skripsi ini.

5. Ibu Dr, Nurul Qomariah, MM Selaku Dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
7. Orang tua yang telah memberikan dorongan moril dan do'anya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Teman-teman seperjuanganku angkatan 2014 khususnya manajemen Fakultas Ekonomi serta teman-teman lain yang banyak membantu dan memberikan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Pihak Cafe GeJe Mastrip Jember yang telah memberikan izin dan karyawan – karyawan yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.
10. Serta kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas semua bantuan yang diberikan, semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan rahmat-Nya bagi semua Bapak, Ibu, dan saudara-saudari sekalian.

Semoga amal baik yang telah mereka berikan dengan tulus dan ikhlas pada penulis dapat balasan dari Allah Swt. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Jember, 06 Juni 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	vii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teori .....	10
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Kerangka Pemikiran .....	24
2.4 Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Identifikasi Variabel .....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	27

3.3	Jenis Data.....	29
3.4	Rancangan Penelitian .....	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.6	Populasi dan Sampel.....	31
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.8	Teknik Analisis Data .....	33
	3.8.1 Statistik Deskriptif.....	33
	3.8.2 Uji Validitas.....	33
	3.8.3 Uji Reliabilitas.....	33
	3.8.4 Regresi Linear Berganda.....	34
	3.8.5 Uji Asumsi Klasik.....	35
	3.8.6 Uji hipotesis .....	36
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	38
4.2	Analisis Hasil Penelitian .....	39
	4.2.1 Deskriptif Responden .....	39
	4.2.2 Deskriptif Tanggapan .....	40
	4.2.3 Uji Validitas.....	45
	4.2.4 Uji Reliabilitas.....	46
	4.2.5 Uji Asumsi klasik .....	47
	4.2.6 Regresi Linier Berganda .....	53
	4.2.7 Uji Hipotesis .....	54
4.3.	Pembahasan .....	56
<b>BAB 5</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran .....	57
5.3	Rekomendasi.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		

## LAMPIRAN

### DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Pengambilan Keputusan .....	19
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual .....	24
Gambar 4.1	Pengujian Normalitas Model Regresi .....	48
Gambar 4.2	Uji Heteroskedastisitas .....	52
Gambar 4.3	Kurva Uji-t Kualitas Produk .....	54
Gambar 4.4	Kurva Uji-t Harga .....	55
Gambar 4.5	Kurva Uji-t Promosi .....	55



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Market Share .....	6
Tabel 1.2	Data Pengunjung Cafe .....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 4.1	Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2	Umur Responden.....	39
Tabel 4.3	Pendidikan Responden .....	40
Tabel 4.4	Menu Produk yang Bervariasi.....	40
Tabel 4.5	Cita Rasa Produk .....	41
Tabel 4.6	Sajian Produk.....	41
Tabel 4.7	Kesesuaian Harga.....	42
Tabel 4.8	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk .....	42
Tabel 4.9	Persainagn Harga.....	42
Tabel 4.10	Promosi Melalui Mulut ke Mulut.....	43
Tabel 4.11	Promosi Melalui Media cetak .....	43
Tabel 4.12	Promosi Melalui Media sosial.....	44
Tabel 4.13	Pertimbangan Kuaalitas Produk.....	44
Tabel 4.14	Pencarian Informasi dalam Membeli .....	45
Tabel 4.15	Loyalitas dalam Membeli.....	45
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas .....	46
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4.18	Uji Statistik Non – Parametrik .....	50
Tabel 4.19	Hasil Uji Multikolinieritas .....	51
Tabel 4.20	Hasil Analisis Regresi .....	53
Tabel 4.21	Hasil Uji-t .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pengantar Kuesioner
- Lampiran 2 Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Rekapitulasi Kuesioner
- Lampiran 5 Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 6 Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji hipotesis
- Lampiran 8 Tabel  $r$  dan  $t$
- Lampiran 9 Surat Pernyataan Penelitian
- Lampiran 10 Dokumentasi
- Lampiran 11 Jurnal Penelitian Terdahulu

