



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN WARUNG KOPI CAK WANG JEMBER**

Oleh:

Trio Ongky Saputra  
NIM. 1410411305

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2018**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Trio Ongky Saputra  
NIM : 1410411305  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan, tulisan atau pikiran orang lain yang sayaaku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Jember, 31 Oktober 2018

Yang menyatakan pernyataan,

**Trio Ongky Saputra**  
**NIM. 1410411305**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**



### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN WARUNG KOPI CAK WANG JEMBER**

Oleh:

**Trio Ongky Saputra  
NIM. 1410411305**

**Pembimbing:**

**Dosen Pembimbing Satu : Seno Sumowo, SE, MM**

**Dosen Pembimbing Dua : Yohanes Gunawan, SE, MM**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Trio Ongky Saputra berjudul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Warung Kopi Cak Wang Jember ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 31 Oktober 2018.

Dewan Penguji

Bayu Wijayantini, SE, MM  
NPK. 10 09 061

Ketua

Seno Sumowo, SE, MM  
NPK. 01 09 288

Anggota I

Yohanes Gunawan, SE, MM  
NPK. 19840604.1.1703794

Anggota II



## MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi

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

Drs. Anwar, M.Sc  
NPK. 8503125

## MOTTO

*“Talk Less, Do More”*

(Cowo Clas-Mild)

*“Ilmu pengetahuan tidak dapat mengganti persahabatan. Aku lebih suka menjadi idiot daripada kehilanganmu”*

(Patrick Sang Bintang Laut)

*“Merangkai diksi-diksi lalu membangun narasi, mencoba meneliti padahal saya bukan seorang ahli, oleh sebab itu tak jarang saya menyelipkan imajinasi untuk menerobos tebalnya sekat-sekat revisi, jadilah sebuah mahakarya bernama skripsi.*

*Kupersembahkan teruntuk orang tuaku dan calon istri”*

(Trio Ongky Saputra)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dengan hormat dipersembahkan kepada:

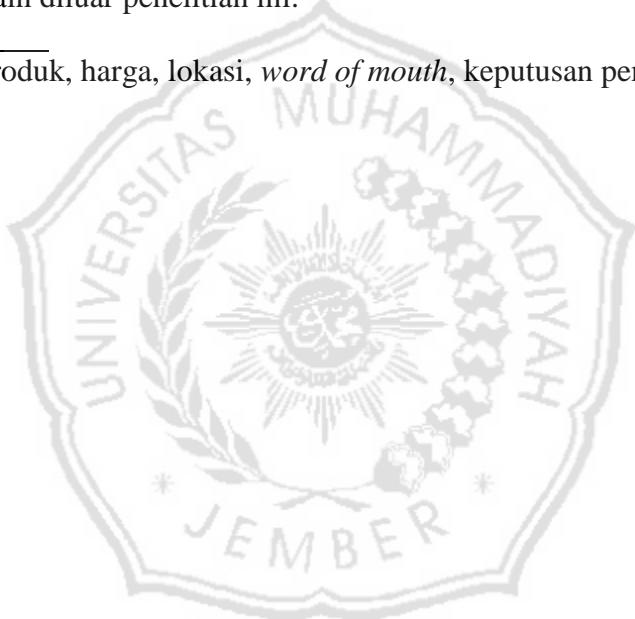
1. Ayah Yoto dan Ibu Suhartatik terkasih yang telah memberikan semua yang mereka bisa untuk kebahagiaan saya.
2. Kakak terkasih Dwi Aditya Krisna, terima kasih untuk semua motivasi, dukungan, Wejangan, kata-kata pedasamu dan tentunya kasih sayang seorang kakak.
3. Ninda Ayu Batul, percayalah tanpa kehebatanmu memberikan kasih dan dorongan semangat, mungkin skripsi ini takkan pernah ada.
4. Teman-temanku yang tampan dan cantik, Deni Cipto Prasetyo, Brahmadia Windra, Candra Putra, Ahmad Lutfiyanto, Robit Murtado, Gadis Riskia, Desi Muji Lestari. Terima kasih semua bantuan dan rasa hangat dalam dada untuk pertemanan ini. Tanpa kalian saya tidak akan menjadi saya yang sekarang.
5. Teman-teman “The Prajitno Kost” Ganjar Riskiyanto, Jaya Nurahman, Samsul Arifin, M. Subairi, Joko Fauzan, Wildan Ramadhan, Terima kasih untuk rasa nyaman yang kalian berikan seakan saya merasa berada di rumah sendiri.
6. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen angkatan 2014 khususnya Manajemen kelas G atas kebersamaan yang terjalin selama ini.
7. Teman-teman KKN Kelompok 15, Terima kasih untuk masa-masa yang manis dan dukungannya selama ini.
8. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammadiyah Jember.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh produk, harga, lokasi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Warung Kopi Cak Wang Jember. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan alat bantu Kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Warung Kopi Cak Wang Jember. Pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel 50 responden. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan program SPSS versi 21. Hasil analisis regresi dalam penelitian ini variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ), *word of mouth* ( $X_4$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Dari pengelolaan data taraf signifikansinya (Parsial) diperoleh produk (0,004), harga (0,002), lokasi (0,000), *word of mouth* (0,000). Koefisien determinasinya mendapat sumbangan 64% terhadap keputusan pembelian pada Warung Kopi Cak Wang Jember. Sedangkan untuk sisanya sebesar 36% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

---

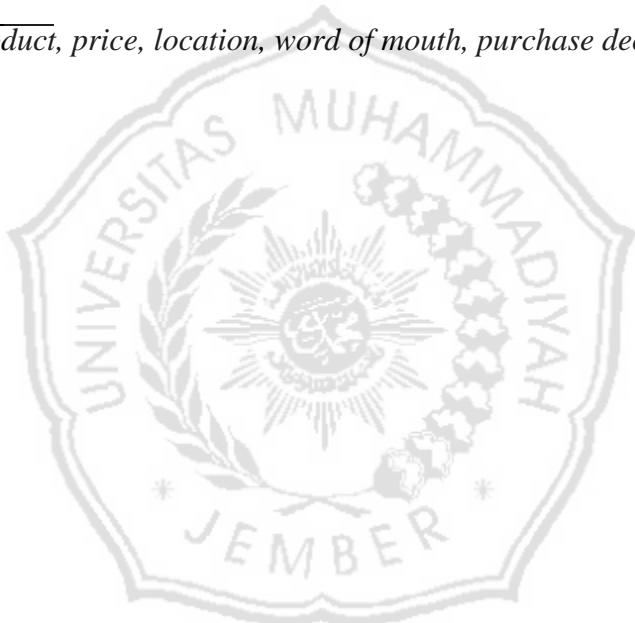
Kata kunci : produk, harga, lokasi, *word of mouth*, keputusan pembelian



## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of product, price, location and word of mouth on purchasing decisions at Cak Wang Jember Coffee Shop. In this study data collection using questionnaire tools. The population in this study were all consumers of Cak Wang Jember Coffee Shop. Sampling using purposive sampling with a sample of 50 respondents. The analytical method used is multiple linear regression with SPSS version 21 program. The results of regression analysis in this study product variables ( $X_1$ ), price ( $X_2$ ), location ( $X_3$ ), word of mouth ( $X_4$ ) have a significant positive effect on purchasing decisions ( $Y$ ). From the data management, the significance level (Partial) is obtained by the product (0.004), price (0.002), location (0,000), word of mouth (0,000). The determination coefficient received a 64% contribution to the purchase decision at Cak Wang Jember Coffee Shop. Whereas the remaining 36% is influenced by other variables outside this research.*

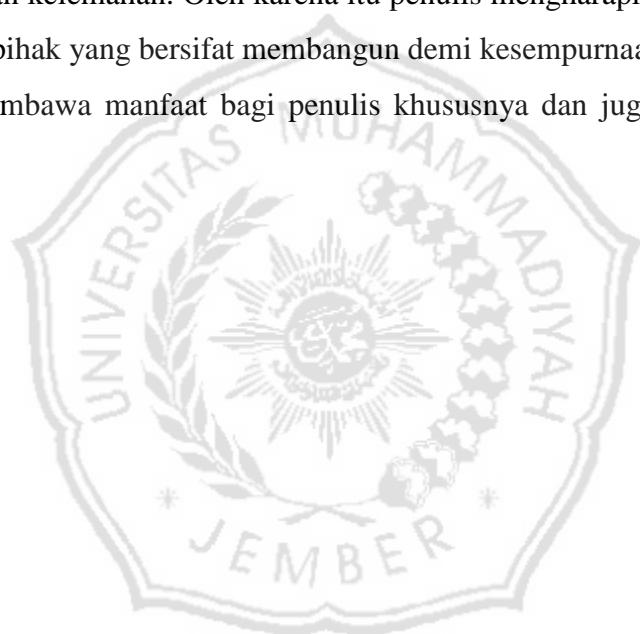
Keywords: *product, price, location, word of mouth, purchase decision.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Allah, yang telah memberi limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian” (Studi Kasus pada Warung Kopi Cak Wang Jember). Skripsi ini disusun guna memperoleh gelar sarjana Program Strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga tulisan ini membawa manfaat bagi penulis khususnya dan juga pembaca lain pada umumnya.



## **UNGKAPAN TERIMA KASIH**

Syukur Alhamdulillah, berkat Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah meridhoi dan memberi kekutan serta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Skripsi ini merupakan sebuah karya kecil dari bagian perjalanan hidup saya, Terima kasih atas segala bantuan maupun motivasi dari berbagai pihak yang turut mendukung dalam penyelesaian skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang besar kepada:

1. Dr. Ir. Muhammad Hazmi, DESS., Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Rahmad Hidayatullah selaku pemilik Warung Kopi Cak Wang Jember.
3. Drs. Anwar, M.Sc., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Yohanes Gunawan, SE, MM., dan Seno Sumowo, SE, MM., selaku Dosen pembimbing I dan II yang dengan sabar membimbing dan memberi arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Semua dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Staf pengajaran Fakultas Ekonomi, Univeritas Muhammadiyah Jember.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Dan Kegunaan .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Menejemen Pemasaran .....	9
2.1.2 Konsep Pemasaran Dan Orientasi Pada Konsumen .....	9
2.1.3 Strategi Bauran Pemasaran .....	11
2.1.4 Konsep Inti Dalam Pemasaran .....	13
2.1.5 Produk.....	16
2.1.6 Harga .....	18
2.1.7 Lokasi .....	19
2.1.8 <i>Word of Mouth</i> .....	21
2.1.9 Keputusan Pembelian .....	25

2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Kerangka Konseptual.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian .....	30
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Identifikasi Variabel .....	33
3.1.1 Variabel Independen/Bebas .....	33
3.1.2 Variabel Dependen/Terikat .....	33
3.2 Definisi Operasional .....	33
3.3 Populasi dan Sampel .....	34
3.3.1 Populasi .....	34
3.3.2 Sampel .....	34
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.4 Jenis Data.....	35
3.4.1 Data Sekunder .....	35
3.4.2 Data Primer.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.6 Teknik Analisis Data .....	37
3.6.1 Analisis Deskriptif Responden .....	37
3.6.2 Uji Instrumen Data .....	38
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	40
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.6.5 Uji Hipotesis .....	41
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	43
4.2 Aspek Personalia .....	47
4.3 Karakteristik Responden .....	48
4.4 Analisis Data.....	50
4.5 Deskriptif Variabel Pernyataan Responden.....	51
4.6 Hasil Analisis Data .....	57
4.7 Pengujian Asumsi Klasik.....	60

4.8 Analisis Regresi Linear Berganda .....	63
4.9 Pengujian Hipotesis .....	65
4.10 Pembahasan .....	67
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran .....	70
<b>DAFTAR RUJUKAN .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DOKUMENTASI</b>	



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Penjualan Warung Kopi Cak Wang 2015, 2016, 2017 .....	5
Tabel 1.2 Daftar <i>Cafe</i> dan Warung Kopi Jl. Mastrip Jember .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Nilai Skala <i>Likert</i> .....	37
Tabel 4.1 Jumlah Tenaga Kerja di Warung Kopi Cak Wang Jember .....	47
Tabel 4.2 Karekteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.3 Karekteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.4 Karekteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	49
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi .....	50
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Roduk .....	51
Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga .....	52
Tabel 4.8 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Lokasi .....	54
Tabel 4.9 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	56
Tabel 4.10 Frekuensi Pernyataan Responden Keputusan Pembelian .....	57
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas .....	58
Tabel 4.12 Pengujian Reliabilitas .....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas .....	61
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	63
Tabel 4.15 Hasil Uji t .....	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	25
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	29
Gambar 4.1 Uji Normalitas .....	60
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	62



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Pengantar Kuisioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi Kuisioner
- Lampiran 3 : Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis
- Lampiran 7 : Tabel R *Product Moment* dan Tabel Distribusi t
- Lampiran 8 : Dokumentasi



## DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, Hanik. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.* Diponegoro, Vol 4 No 4 Tahun 2015 (1-13)
- Alma, Buchari. 2012. *Menejemen Pemasaran Dan Pemasran Jasa*:Edisi Revisi.CV Alfabeta,Bandung.
- Djastuti, Indi. Prasetyo, Adhy, Tri. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk Kualitas Layanan Harga Lokasi*. Diponegoro, Vol. 4 No. 3 Tahun 2015 (1-15)
- Fitri, Cahyani. 2016. *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. 10 Juli 2016
- Fuad, Muhamad. 2016. *Pengantar Bisnis*. PT. GramediaPustakaUtama, Jakarta.
- Hakim, Dzikril, M. Maulana, *Pengaruh Kualitas Layanan Harga Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. Vol. 5 No. 11 November 2016
- Handoko. T Hani. 2006. *Menejemen Edisi 2*. BPFE, Yogyakarta.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Khasanah, Imroatul. Saputro, Arianto. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga Kualitas Pelayanan Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Diponegoro, Vol. 5 No. 4 Tahun 2016 (1-14)
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jilid1. Erlangga, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Menejemen Pemasaran* Jilid1. Edisi Tiga Belas. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Menejemen Pemasaran Edisi Millinium*, Jilid1. PT.Prehallindo, Jakarta
- Kotler & Keller. 2012. *Marketing Management*. Jakarta: Indeks.
- Kuncoro. 2009. *Metode Kuantitatif:Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Edisi II. AMP YKPN,Yogyakarta
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua, Jakarta, Salemba Empat.
- Melani, 2013. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. Vol.4 N0.5
- Muhammad. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda karuya, Bandung.
- Prayitno, D. 2010. *Paham Analisa Data Statistik Dengan Spss*. Yogyakarta; Mediakom
- Sekaran. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R &D*. Alfabeta, Bandung.
- Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Silverman, George. 2011. *The Secret of Word Of Mouth Marketing: How to trigger exponential sales through run away word of mouth*. USA: AMACOM.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R &D*. Alfabeta, Bandung.
- Sumardy, M. Silviana, dan M. Melona. 2011. *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Swastha, Basu. 2014. *Azas-Azas Marketing Modern Revisi V*: Liberti, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Manajemen Penjualan*.BPFE, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke Dua. Andi Offset, Yogyakarta

