

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK MINUMAN  
KEKINIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

( Studi Pada Konsumen Kedai Kuy Ngecheese & Ngopi di Kota Surabaya )

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**ALIFIA FIRMAN SYAH**

**NPM : 18420008**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alifia Firman Syah

NPM : 18420008

Alamat : Jalan Kendung Rejo Gang 3 No. 59A Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Minuman Kekinian Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kedai Kuy Ngecheese & Ngopi di Kota Surabaya)”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 2 Maret 2022

Yang membuat pernyataan

  
( Alifia Firman Syah )

18420008

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK MINUMAN  
KEKINIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

( Studi Pada Konsumen Kedai Kuy Ngecheese & Ngopi di Kota Surabaya )

Diajukan Oleh :

**ALIFIA FIRMAN SYAH**

NPM : 18420008

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



MAQBULA AROCHMAN, SE., M.Ak

Tanggal, 13 Januari 2022

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si

Tanggal, 13 Januari 2022

**SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK MINUMAN  
KEKINIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

( Studi Pada Konsumen Kedai Kuy Ngecheese & Ngopi di Kota Surabaya )

**Dipersiapkan dan disusun Oleh:**

**ALIFIA FIRMAN SYAH**

NPM : 18420008

**Susunan Dewan Penguji**

Pembimbing Utama



**MAQBULA AROCHMAN, SE., M.Ak**

Anggota Dewan Penguji Lain



**HENDRA PRASETYA, SE., M.Ak**



**BAMBANG SETYADARMA, SE., M.Ak**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal.....<sup>2-2</sup>.....2022



**Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si**

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Minuman Kekinian Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kedai Kuy Ngecheese & Ngopi di Kota Surabaya)” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini memiliki banyak hambatan serta rintangan yang dihadapi namun pada akhirnya penulis dapat melampaui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL(K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Maqbula Arochman, SE., M.Ak selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
4. Drs. Ec. Budi Prayitno, M.M. selaku Dosen Wali yang telah memberikan dukungan pengarahan selama masa perkuliahan.
5. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.

7. Kedua orang tua yaitu, ibu Muzaini dan ayah Eko beserta adik Zavina Firman Syah yang telah memberikan doa dan dukungan tiada henti dalam bentuk apapun selama proses pembuatan skripsi.
8. Sahabat seperjuangan saya Chintya Veronica Agustiyani, Reyna Mega Agata, Nanda Putri Utami, dan Danita Rhistien Wulandari yang selalu menemani dan selalu membantu dalam penyelesaian skripsi.
9. Untuk Wahyu Agung Pratama yang telah memberikan banyak dukungan semangat yang tiada henti dalam bentuk apapun pada penyelesaian skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian - penelitian selanjutnya.

Surabaya, Januari 2022

Alifia Firman Syah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Skripsi .....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2.1 Bauran Pemasaran.....	9

2.1.3 Promosi.....	10
2.1.3.1 Pengertian Promosi .....	10
2.1.3.2 Bauran Promosi.....	10
2.1.3.3 Indikator Promosi.....	12
2.1.4 Harga .....	13
2.1.4.1 Pengertian Harga.....	13
2.1.4.2 Peranan Harga .....	13
2.1.4.3 Tujuan Penetapan Harga .....	14
2.1.4.4 Metode Penetapan Harga .....	15
2.1.4.5 Indikator Harga .....	16
2.1.5 Kualitas Produk .....	17
2.1.5.1 Pengertian Produk.....	17
2.1.5.2 Klasifikasi Produk.....	17
2.1.5.3 Atribut Produk.....	19
2.1.5.4 Pengertian Kualitas Produk.....	20
2.1.5.5 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	20
2.1.5.6 Indikator Kualitas Produk .....	23
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	24
2.1.6.1 Perilaku Konsumen .....	24
2.1.6.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	25
2.1.6.3 Pengertian Keputusan Pembelian.....	26
2.1.6.4 Proses Keputusan Pembelian .....	26



2.1.6.5 Indikator Keputusan Pembelian .....	27
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.2.1 Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	28
2.2.2 Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	28
2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	29
2.3 Penelitian Sebelumnya .....	29
2.4 Hipotesis dan Model Analisis.....	31
2.4.1 Hipotesis Penelitian .....	31
2.4.2 Model Analisis.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi .....	33
3.2.2 Sampel .....	33
3.3 Identifikasi Variabel .....	34
3.4 Definisi Operasional .....	35
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	37
3.5.1 Jenis Data.....	37
3.5.2 Sumber Data .....	38

3.6	Prosedur Pengumpulan Data .....	38
3.7	Teknik Analisis Data .....	38
3.7.1	Uji Instrumen.....	39
3.7.1.1	Uji Validitas .....	39
3.7.1.2	Uji Reliabilitas .....	39
3.7.2	Uji Model.....	39
3.7.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	39
3.7.3	Uji Hipotesis.....	40
3.7.3.1	Uji Parsial (Uji t).....	40
3.7.3.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	40
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1	Gambaran Umum Kedai Kuy Ngecheese & Ngopi.....	42
4.2	Hasil Penelitian.....	43
4.2.1	Pelaksanaan Penelitian .....	43
4.2.2	Karakteristik Responden Penelitian .....	43
4.2.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.2.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.2.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
4.2.3	Deskripsi Hasil Tanggapan Responden.....	45
4.2.3.1	Deskripsi Mengenai Variabel Promosi (X1).....	46
4.2.3.2	Deskripsi Mengenai Variabel Harga (X2) .....	48

4.2.3.3 Deskripsi Mengenai Variabel Kualitas Produk	
(X3) .....	49
4.2.3.4 Deskripsi Mengenai Variabel Keputusan	
Pembelian (Y) .....	50
4.3 Hasil Uji Instrumen .....	51
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	51
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
4.4 Hasil Uji Model .....	53
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	55
4.5.1 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	55
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
4.6 Pembahasan .....	60
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....</b>	<b>63</b>
5.1 Simpulan.....	63
5.2 Saran .....	63
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (X1) .....	46
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X2).....	48
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X3)...	49
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Promosi (X1).....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Harga (X2) .....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3) .....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4.14 Hasil Analisis Uji t.....	56
Tabel 4.15 Hasil uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis .....	32
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	57
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	58
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	59

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Input Data SPSS

Lampiran 3 Output Data SPSS

Lampiran 4 Tabel T

## ABSTRAK

Seperti yang diketahui, perkembangan kuliner Indonesia saat ini sangat beraneka macam. Ditemui berbagai tempat menjual makanan dan minuman menggunakan rasa dan bentuk yang unik. Salah satu usaha yang mengikuti tren tersebut yaitu Kedai Kuy Ngecheese & Ngopi di kota Surabaya. Maka dari itu, penulis melaksanakan penelitian berjudul **“Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Minuman Kekinian Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Kedai Kuy Ngecheese & Ngopi di kota Surabaya)”**. Analisis data yang dipakai yaitu metode regresi linier berganda. Sampel penelitian berjumlah 100 responden. Pengambilan sampel dengan *non probability sampling* (tidak acak) dengan prosedur *accidental sampling*. Alat uji instrumen penelitian ini yakni uji validitas dan uji reabilitas. Uji hipotesis berupa uji t dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Dari hasil pengujian terhadap data yang ada, promosi (X1) tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian (Y). Sedangkan harga (X2) dan kualitas produk (X3) signifikan berpengaruh pada keputusan pembelian (Y). dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapat hasil 0,628 atau 62,8%, menunjukkan ketiga variabel bebas terdiri atas promosi (X1), harga (X2), dan kualitas produk (X3) memberikan kontribusi 62,8% pada keputusan pembelian (Y) minuman kekinian studi pada konsumen Kedai Kuy Ngecheese & Ngopi di kota Surabaya dan sisanya 37,2% diuraikan variabel lain selain didalam model.

Kata kunci : **Promosi, Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

As is known, the development of Indonesian cuisine is currently very diverse. Found various places selling food and drinks using unique flavors and shapes. One of the businesses following this trend is Kedai Kuy Ngecheese & Ngopi in the city of Surabaya. Therefore, the author conducted a study entitled "The Influence of Promotion, Price and Quality of Contemporary Beverage Products on Purchase Decisions (Study on consumers of Kedai Kuy Ngecheese & Coffee in Surabaya)". Analysis of the data used is the multiple linear regression method. The research sample was 100 respondents. Sampling is not random (non-probability sampling) with accidental sampling procedure. The test instruments of this research are in the form of validity and reliability tests. Hypothesis testing is in the form of t test and coefficient of determination test ( $R^2$ ). From the test results on existing data, promotion (X1) has no significant effect on purchasing decisions (Y). Meanwhile, price (X2) and product quality (X3) have a significant effect on purchasing decisions (Y). From the coefficient of determination test ( $R^2$ ), the results obtained are 0.628 or 62.8%, indicating that the three independent variables consisting of promotion (X1), price (X2), and product quality (X3) contributed 62.8% to purchasing decisions (Y) Contemporary beverage studies on consumers of Kedai Kuy Ngecheese & Ngopi in the city of Surabaya and the remaining 37.2% described other variables not included in the model.

**Keywords : Promotion, Price, Product Quality, and Purchase Decision**