

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN TEMPAT TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI KOPI WARKOP  
TANJAKAN**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen**



**MOHAMMAD RAIHAN HASSANI**

**1171001110**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2021**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

---

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,**

**Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk**

**Telah saya nyatakam dengan benar.**

**Nama : Mohammad Raihan Hassani**

**NIM : 1171001110**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 26 Juli 2021**

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

---

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Mohammad Raihan Hassani  
NIM : 1171001110  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, dan Tempat Terhadap  
Keputusan Pembeli Pada Kedai Kopi Warkop Tanjakan

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, ST, MM.



Penguji I : Muchsin Saggaf Shihab, M.Sc., Mba, Ph.D



Muchsin


Penguji II : Holila Hatta, S.Pd., M.M



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2021

**HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING**

<b>NAMA MAHASISWA / NIM</b>	Mohammad Raihan Hassani/1171001110
<b>JUDUL SKRIPSI</b>	Pengaruh Produk, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembeli Pada Kedai Kopi Warkop Tanjakan
<b>DISETUJUI TANGGAL</b>	19 Agustus 2021
<b>PEMBIMBING</b>	<i>Jheikal</i>
<b>PEMBAHAS</b>	<i>Mues</i> Muchsin
<b>PENGUJI</b>	

## KATA PENGANTAR

Tiada kata yang paling indah selain puji dan rasa syukur kepada Allah SWT, yang telah menentukan segala sesuatu berada di tangan-Nya, sehingga tidak ada setetes embun pun dan segelintir jiwa manusia yang lepas dari ketentuan dan ketetapan-Nya. Alhamdulillah atas hidayah dan inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Product, Price, Place, Dan Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Cofee Shop* Warkop Tanjakan”

Penulisan Tugas Akhir ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak, sejak awal perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini, dengan penuh kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu peneliti selama pelaksanaan Tugas Akhir, di antaranya:

1. Allah SWT dan Kedua Orang Tua penulis yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan baik dari materi maupun moral, doa serta motivasi kepada penulis dan juga senantiasa mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak M. Taufik Amir, SE., MM., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.
3. Bapak Dr. Jerry Heikal, ST, MM. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan ilmu, arahan, saran, dan bimbingan yang sangat bermanfaat selama penyusunan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini.
4. Para Dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu selama penulis berkuliah di Universitas Bakrie.

5. Teman-teman semasa perkuliahan di Universitas Bakrie yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu yang mewarnai hidup penulis selama masa perkuliahan.
6. Semua pihak terkait yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman terdekat Fahmi Fauzan, Salsabila Amanda, Jihan, GilangFL, SenoW, LukmanH yang sudah mendukung saya untuk menyelesaikan penelitian ini

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi penelitian berikutnya. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 30 Mei 2021



---

Mohammad Raihan Hassani

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN

### PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mohammad Raihan Hassani

NIM : 1171001110

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Produk, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Warkop Tanjakan”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan has bebas royalty Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pemcipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Agustus 2021

Yang Menyatakan,



Mohammad Raihan Hassani

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN TEMPAT TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI KOPI WARKOP  
TANJAKAN**

Mohammad Raihan Hassani

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi warkop tanjakan. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 141 responden. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui pengisian kuesioner yang sudah diuji dengan dengan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan regresi logistic multinomial. Hasil dari parameter estimates skala tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), sangat setuju (SS) variabel produk tidak berpengaruh positif dan signifikan, untuk variabel harga pada skala tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), sangat setuju (SS) tidak berpengaruh positif dan signifikan, lalu pada skala tidak setuju (TS) tempat tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan, tetapi pada skala netral (N), setuju (S), sangat setuju (SS) tempat memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hasil dari pseudo r-Square menunjukkan bahwa produk, harga, dan tempat secara serentak berpengaruh positif dan signifikan.

**Kata Kunci** : Produk, Harga, Tempat, dan Keputusan Pembelian



***THE INFLUENCE OF PRODUCTS, PRICES, AND PLACES ON  
PURCHASE DECISIONS AT THE WARKOP TANJAK COFFEE  
STORE***

Mohammad Raihan Hassani

---

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of product, price, and place on purchasing decisions at Warkop Tanjakan coffee shops. The number of samples in this study were 141 respondents. This study uses primary data obtained through filling out questionnaires that have been tested with validity and reliability tests. Data analysis used multinomial logistic regression. The results of the parameter estimates of the scale disagree (TS), neutral (N), agree (S), strongly agree (SS) the product variable has no positive and significant effect, for the price variable on the scale disagree (TS), neutral (N), agree (S), strongly agree (SS) have no positive and significant effect, then on the disagree scale (TS) the place does not have a positive and significant effect, but on a neutral scale (N), agree (S), strongly agree (SS) place has a positive and significant influence. The results of the pseudo r-square show that the product, price, and place simultaneously have a positive and significant effect.*

***Keywords*** : *Product, Price, Place, and Purchase Decision*

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran .....	11
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.2 Produk .....	12
2.1.3 Harga.....	15
2.1.4 Tempat.....	18
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya .....	25
2.3 Kerangka Pemikiran .....	46
2.4 Hipotesis Penelitian .....	47
BAB III.....	48
METODE PEENELITIAN.....	48
1.1.1 Metode Penelitian.....	48
1.2 Populasi dan Sampel.....	48

1.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
1.4	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	51
1.5	Teknik Analisis Data .....	56
BAB IV .....		62
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		62
4.1	Hasil Penelitian.....	62
4.2	Statistik Deskriptif Karakteristik Responden .....	65
4.3	Statistik Deskriptif Variabel .....	68
4.4	Regresi Logistik Multinomial.....	78
4.5	Pembahasan .....	82
DAFTAR PUSTAKA .....		88

## DAFTAR TABEL

<b>TABLE 2.1 HASIL PENELITIAN TERDAHULU.....</b>	<b>26</b>
<b>TABLE 3.2 OPERASIONAL VARIABEL.....</b>	<b>52</b>
<b>TABLE 4.3 PRE-TEST KUESIONER UJI RELIABILITAS.....</b>	<b>64</b>
<b>TABLE 4.4 DISTRIBUSI FREKUENSI JENIS KELAMIN.....</b>	<b>66</b>
<b>TABLE 4.5 DISTRIBUSI FREKUENSI USIA.....</b>	<b>66</b>
<b>TABLE 4.6 DISTRIBUSI FREKUENSI PEKERJAAN.....</b>	<b>67</b>
<b>TABLE 4.7 REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN VARIABEL PRODUK.....</b>	<b>69</b>
<b>TABLE 4.8 REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN VARIABEL HARGA.....</b>	<b>72</b>
<b>TABLE 4.9 REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN VARIABEL HARGA.....</b>	<b>74</b>
<b>TABLE 4.10 REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN.....</b>	<b>76</b>
<b>TABLE 4.11 HASIL UJI GOODNESS OF FIT.....</b>	<b>78</b>
<b>TABLE 4.12 HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI.....</b>	<b>79</b>
<b>TABLE 4.13 HASIL UJI PARAMETER.....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 DATA KONSUMSI KOPI.....	1
GAMBAR 1.2 OMSET PENJUALAN WARKOP TANJAKAN TAHUN 2017-2020.....	4
GAMBAR 1.3 REVIEW DARI PENGUNJUNG WARKOP TANJAKAN.....	4
GAMBAR 1.4 PRODUK KOPI TAMPAN.....	6
GAMBAR 1.5 MENU WARKOP TANJAKAN .....	7
GAMBAR 1.6 TAMPAK BANGUNAN WARKOP TANJAKAN.....	8