

**ANALISIS PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA URBAN COFFEE BUKITTINGGI**

**TUGAS AKHIR**



**ENDI AUFA WAHYUDI  
1151001142**

**PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2022**

**ANALISIS PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA URBAN COFFEE BUKITTINGGI**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana  
manajemen**



**ENDI AUFA WAHYUDI  
1151001142**


**PROGRAM STUDI STRATA SATU MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2022**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Endi Afa Wahyudi

NIM : 11510011142

Tanda Tangan : 

Tanggal : 4 Agustus 2022


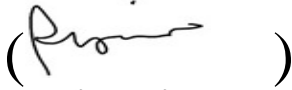

### HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh :

Nama : Endi Aufa Wahyudi  
NIM : 1151001142  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : **ANALISIS PENENTU KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA URBAN  
COFFEE BUKITTINGGI**

**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. Suwandi, S.E., M.Si (  )  
Penguji 1 : Aurino Rilman Adam Djamaris, Ir., M.M (  )  
Penguji 2 : Imbang J. Mangkuto, Ir., M.B.A., M.Si (  )

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal : 11 Agustus 2022

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala karena dengan kehendaknya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini ditulis untuk melengkapi syarat kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis ingin mengapresiasi bahwa tanpa bantuan pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, maka Tugas Akhir ini tidak akan selesai, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan TERIMA KASIH yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Suwandi, SE, M.Si selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan memberikan arahan sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Aurino Rilman Adam Djamaris, Ir., M.M selaku dosen penguji dan ketua sidang yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing dan memberikan saran kepada penulis dalam Tugas Akhir ini.
3. Bapak Ir. Imbang Jaya Mangkuto., M.B.A., M.Si sebagai dosen pembahas yang sudah meluangkan waktunya dan memberikan saran agar menjadikan Tugas Akhir penulis lebih berkualitas lagi.
4. Bapak BP Kusumo Bintoro, Dr., Ir., M.B.A., IPM Sebagai dosen pembimbing akademik dan sebagai pembahas seminar proposal yang sudah meluangkan waktunya dalam memberikan saran dan masukan agar menjadikan Tugas Akhir penulis lebih berkualitas lagi.
5. Bapak M. Taufiq Amir, S.E., M., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan, memberikan ilmu pengetahuan selama penulis melaksanakan study.
7. Kepada para karyawan dan staff Universitas Bakrie terutama Mba Zahra dan Mas Fikri yang telah membantu kelancaran proses administrasi dan memberikan dukungan serta motivasi sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

8. Orang tua penulis dan Keluarga terutama kakak tercinta Ayu Yuliatri Nengsih ,Voni Edalni utama dan Dwi Endayani karena berkat dukungan sangat besar merekalah penulis termotivasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir di Universitas Bakrie
9. Terima kasih juga untuk bang Nika Saputra yang telah memberikan saya saran dan dukungan dalam mengerjakan skripsi ini
10. Terima kasih juga untuk pihak Urban Coffee Bukittinggi Bang Arif selaku owner yang sudah memberi kesempatan penulis untuk meneliti dan memperoleh data yang saya perlukan untuk Tugas Akhir ini
11. Sahabat angkatan 2015 Rahmat Bagus Saputra, Hilman Apriadi yang telah saling menyemangati agar bisa sukses menyelesaikan Tugas Akhir dengan tujuan wisuda
12. Serta semua pihak yang telah mendukung selesainya Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya. Namun besar harapan penulis agar skripsi ini memberikan manfaat bagi semua pembaca.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Bukittinggi ,26 Juli 2022



(Endi Afa Wahyudi)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

**Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:**

Nama : Endi Aufa Wahyudi  
NIM : 1151001142  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Hasil Penelitian

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

### **ANALISIS PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA URBAN COFFEE BUKITTINGGI**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Bukittinggi  
Pada Tanggal : 31 Juli 2022  
Yang menyatakan



( Endi Aufa Wahyudi)

## **ANALISIS PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA URBAN COFFEE BUKITTINGGI**

Endi Aufa Wahyudi

---

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang menentukan keputusan pembelian pada kedai kopi Urban Bukittinggi berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis data lapangan yang dikumpulkan berupa data primer dan data angket berdasarkan konteks, rumusan masalah, dan tujuan penelitian. Data tersebut kemudian diolah dengan *software* SPSS menggunakan uji validitas dan reliabilitas, dan jika uji validitas dinyatakan valid maka hasilnya dianalisis menggunakan metode analisis RII. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat yang berkunjung di Urban Coffee Bukittinggi dengan jumlah sampel 96 orang. Pengambilan sampel probabilitas digunakan sebagai pendekatan sampel dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa: 1) Faktor yang paling sangat menentukan keputusan pembelian pertama adalah pedulinya karyawan terhadap kebutuhan pelanggan yang merupakan indikator dari pelayanan dengan besar angka RII sebesar 4,406 yang merupakan dimensi *product*. 2) Faktor yang sangat menentukan keputusan pembelian selanjutnya adalah harga produk di Urban Coffee Bukittinggi terjangkau untuk konsumen yang merupakan pernyataan dari indikator harga dengan besar angka RII sebesar 4,323 yang merupakan indikator *price*. 3) Faktor yang sangat menentukan keputusan pembelian selanjutnya adalah Urban Coffee Bukittinggi sering menayangkan iklan di radio, internet, atau media lainnya yang merupakan pernyataan dari indikator promosi dengan besar angka RII sebesar 4,323 yang merupakan indikator *promotion*. 4) Faktor yang sangat menentukan keputusan pembelian selanjutnya adalah kondisi lingkungan Urban Coffee Bukittinggi kotor dan berantakan yang merupakan pernyataan dari indikator lokasi dengan besar angka RII sebesar 4,313 yang merupakan indikator dari *place*.

Kata Kunci: Analisis Penentu, Keputusan Pembelian, analisis RII, Marketing Mix.



CONSUMER PURCHASE DECISION ANALYSIS ON URBAN  
COFFEE BUKITTINGGI

Endi Afa Wahyudi

---

**ABSTRACT**

This study aims to identify the variables that determine the purchasing decision at the Urban Bukittinggi coffee shop based on the formulation of the problems that have been described. This research was conducted by analyzing field data collected in the form of primary data and questionnaire data based on context, problem formulation, and research objectives. The data is then processed with SPSS software using validity and reliability tests, and if the validity test is declared valid, the results are analyzed using the RII analysis method. In this study, the population was the people who visited Urban Coffee Bukittinggi with a total sample of 96 people. Probability sampling was used as a sample approach in this study. Based on the results of the study, it was found that: 1) The most decisive factor for the first purchase decision is the care of employees for customer needs which is an indicator of service with a large RII number of 4,406 which is the product dimension. 2) The factor that determines the next purchase decision is that the price of products at Urban Coffee Bukittinggi is affordable for consumers which is a statement of the price indicator with a large RII figure of 4,323 which is a price indicator. 3) The factor that determines the next purchase decision is that Urban Coffee Bukittinggi often airs advertisements on the radio, internet, or other media which is a statement of the promotion indicator with a large RII figure of 4,323 which is a promotion indicator. 4) The factor that determines the next purchase decision is the dirty and messy environmental condition of Urban Coffee Bukittinggi which is a statement of the location indicator with a large RII figure of 4,313 which is the indicator of the place.

Keywords: Determinant Analysis, Purchasing Decisions, RII analysis, Marketing Mix.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Kajian Teori.....	6
2.1.1 Teori Perilaku.....	6
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.3 <i>Marketing Mix</i> .....	12
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Konseptual.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Lokasi Penelitian .....	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	23
3.4 Defenisi Operasional.....	24
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.6 Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	25

3.7	Instrumen Penelitian .....	26
3.8	Uji Coba Instrumen.....	26
3.9	Teknik Analisis Data .....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>29</b>
4.1	Gambaran Penelitian.....	29
4.2	Deskripsi Responden .....	29
4.3	Analisa Penilaian Indikator .....	31
4.4	Analisa Peringkat Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	32
4.5	Pembahasan.....	34
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>37</b>
5.1	Kesimpulan .....	37
5.2	Saran .....	37
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>39</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Klasifikasi Skala Likert .....	26
Tabel 2. Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	30
Tabel 3. Distribusi Usia Responden .....	30
Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas. ....	31
Tabel 5. Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 6. Hasil Analisa RII.....	33

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model perilaku konsumen.....	8
Gambar 2. Alur komunikasi dan komunikasi pemasaran .....	11
Gambar 3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	18
Gambar 4. Kerangka Konspetual.....	22
Gambar 5. Ulasan Google .....	29
Gambar 6. Histogram Data Responde Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
Gambar 7. Histogram Data Responde Berdasarkan Usia .....	31

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	41
Lampiran 2. Analisis RII.....	42
Lampiran 3. R Tabel .....	44