

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA, DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KOPI *GREEN BEAN* BAJAWA**

**(Studi pada *cafe* yang mempunyai mesin *roasting* di Kota Malang)**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan*

*Dalam Memperoleh Gelar*

*Sarjana Ekonomi*



Oleh :

**BERTOLDUS FANDY BERNHARD**

K.2016.1.33952

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEÇWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN

MALANG

2020

## SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI GREEN BEAN BAJAWA ( STUDI PADA CAFE YANG  
MEMPUNYAI MESIN ROASTING DI KOTA MALANG )

Oleh :

BERTOLDUS FANDY BERNHARD

K.2016.1.33952

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

26 Pebruari 2020 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Drs. AGUSSALIM ANDRIANSYAH, MM.

Mengetahui,

Ketua P3M Malangkuçeçwara



Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D  
NIK 202.710.182

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundangan-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 6 Februari 2020

Mahasiswa



Bertoldus Fandy Bernhard

NPK : K.2016.1.33952



JALI MERAH KOFFIE

Sentra Perkopian Sidomoro, Malang

No. Handphone : 081283102146



Yang bertanda tangan dibawah ini owner dari Jali Merah Koffie di kota Malang, menerangkan bahwa :

Nama : Bertoldus Fandy Bernhard

NPK : K.2016.1.33952

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Malangkucecwara

Telah melakukan riset di Jali Merah Koffie di kota Malang untuk bahan penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GREEN BEAN BAJAWA (STUDI PADA CAFE YANG MEMPUNYAI MESIN ROASTING DI KOTA MALANG)

Malang, 21 Januari 2020

Owner Jali Merah Koffie



Muhammad Rizki Fauzan S.AP

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa penulis tidak dapat menyelesaikan karya ini tanpa bantuan, dukungan, bimbingan, dan pengarahan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus yang maha esa atas segala berkat, ramhat anugerah dan karunianya yang sangat besar kepada penulis.
2. Kedua Orang Tua, Ibu yang tak pernah berhenti melimpahkan perhatian dan mencurahkan kasih sayang yang tak dapat dibalas dengan apapun. Ayah yang banyak memberi dukungan, perhatian dan materi, tapi semoga karya kecil ini dapat sedikit membahagiakan Ayah dan Ibu.
3. Bapak Drs. Bunyamin, MM, Ph.D. selaku ketua STIE Malangkecewara Malang.
4. Ibu Dra. Lindananty Sebagai ketua program studi manajemen.
5. Bapak Drs. Agussalim Andriansyah, MM atas semua bimbingan, arahan, dan petunjuknya selama penulis menulis dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Sherly Hesti Erawati, MM sebagai dosen wali yang telah membimbing dan membantu menyelesaikan masalah yang terjadi dalam menyelesaikan perkuliahan.
7. Sahabat satu bimbngan Niken, Shinta dan mas Azid yang sama berjuang dan saling memberi motivasi untuk menyelesaikan skripsi penulis.
8. Teman-teman dari SMA penulis, Ian Dato, Ama, Afri dan Aldy Risky.
9. Segenap Dosen dan Karyawan STIE Malangkecewara atas semua curahan ilmu bantuan dan pelayanannya.
10. Kakak kandung penulis Doddy Bernhard dan Ingfrid Bernhard yang ada di Flores yang selalu membantu keuangan Penulis dan juga sepupu penulis Selvy Kuji yang selalu memberi support terbaiknya.
11. Kakak kandung penulis Andy Bernhard di Malang yang selalu mendukung dan selalu memberi semangat buat penulis.

12. Pimpinan dan staff perpustakaan umum dan perpustakaan STIE Malangkecewara atas pelayanannya yang sangat membantu penulis dalam memperoleh buku-buku referensi dalam penyusunan karya ilmiah ini.
13. Teman-teman kelas Maajemen E yang selalu membantu ketika penulis mengalami kesusahan dari awal penulis kuliah di STIE Malangkecewara.
14. Sahabat-sahabat sepermainan One Heart (Ian Nahak, Selvy Tresna, Santy Manafe, Gideon, Aldian Natonis, Yeni Mali, Cindy Resi, Angel Loe Tae, Grace Fahik, Yuta Manek, Rio Polu, Mario satu, Caca Rewa Reda, Sandurian Pratama Putra, Richard ) Maaf yang tidak disebutkan,. Semoga kita dapat meraih kesuksesan bersama amin.
15. Untuk tim ngombe (Pier, Andre, Jibril, Elfis, Rey, Haris, Dani, Yosri, Aldo) yang selalu menghibur dan memberi motivasi dan masukan penulis ketika lagi jenuh dan malas mengerjakan skripsi ini terlebih untuk ketua ngombe sendiri kakak Bynonk.
16. Serta untuk pihak-pihak lain yang turut membantu, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. penulis ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari masih banyaknya kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu, penulis mohon kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sekalian.

Malang, 3 Maret 2020

Bertoldus Fandy Bernhard

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, harga, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian (studi pada cafe yang mempunyai mesin *roasting* di kota Malang). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 68 responden dan menggunakan metode survei. Penelitian ini menggunakan metode analisis uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi, harga, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji kualitas data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas sedangkan untuk pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil uji regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas produk, promosi, harga, dan kepercayaan, terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini juga diketahui bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh paling positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas produk, Promosi, Harga, Kepercayaan, dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*The purpose this study was to analyze the quality product, promotion, price, and trust to purchase decision. (study of a cafe that has a roasting machine in Malang). The total samples in this research are 68 respondents and use survey method. This research used multiple linear analysis. The result of this study indicate that have quality product, promotion, price, and trust significant impact on purchase decision. The quality test of data used in this study are test of validity and realibility test. Meanwhile in testing the hypotesis of this reserch uses the coefficient of determination test, F test and t test. Multiple linier regresion test result can be concluded that there is significant influence of quality product, promotion, price, and trust on purchase decision. In this research , also known that the trust variable have most positive and significant influence to purchase decision.*

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



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan yang maha esa, atas segala rahmat dan berkatnya yang melimpah sehingga penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Greenbean Bajawa (Studi pada cafe yang mempunyai mesin *roasting* di kota Malang). Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar serjana ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkecewara Malang.

Penulis menyadari dalam penulisan dan penyajian skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan masukan yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi setiap orang yang membutuhkan. Dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang *Marketing Mix*.

Malang, 3 Maret 2020

Bertoldus Fandy Bernhard

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>Halaman Judul.....</b>	<b>i</b>
<b>Lembar Pengesahan.....</b>	<b>.ii</b>
<b>Lembar Pernyataan Orisinalitas .....</b>	<b>iii</b>
<b>Surat Keterangan Riset.....</b>	<b>iv</b>
<b>Riwayat Hidup.....</b>	<b>v</b>
<b>Ucapan Terima kasih.....</b>	<b>vi</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>viii</b>
<b>Kata Pengantar.....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xv</b>
<b>Daftar Gambar.....</b>	<b>xvi</b>
<b>Daftar Lampiran.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II. KAJIAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.1.1 Pengertian Dan Konsep Pemasaran .....	9
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.1.2 Bauran Pemasaran Atau Marketing Mix .....	10
2.1.1.3 Konsep Pemasaran .....	10
2.1.2 Kualitas Produk .....	11
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk .....	11
2.1.2.2 Pengertian Kualitas .....	11
2.1.2.3 Pengertian Produk.....	12

2.1.2.4 Berdasarkan Tujuan Atau Pemakaiannya .....	12
2.1.2.5 Klasifikasi Produk.....	14
2.1.2.6 Dimensi Produk .....	15
2.1.3 Promosi .....	16
2.1.3.1 Pengertian Promosi .....	16
2.1.3.2 Fungsi Promosi .....	17
2.1.3.3 Tujuan Promosi.....	18
2.1.3.4 Media Promosi.....	19
2.1.3.5 Jenis-Jenis Promosi.....	20
2.1.4 Harga .....	23
2.1.4.1 Pengertian Harga.....	23
2.1.4.2 Indikator Harga .....	24
2.1.4.3 Tujuan Penetapan Harga .....	24
2.1.5 Kepercayaan .....	26
2.1.5.1 Pengertian Kepercayaan .....	26
2.1.5.2 Pembentukan Kepercayaan.....	28
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	29
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	29
2.1.6.2 Peran Konsumen Dalam Keputusan Pembelian .....	31
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	32
2.3 Kerangka Pemecahan Masalah .....	43
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	44
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>	<b>49</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	49
3.2 Obyek Dan Sumber Data Penelitian .....	49
3.3 Variabel,Operasionalisasi, Dan Pengukuran .....	49
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	42
3.5 Prosedur Analisis .....	52
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	52
3.5.2 Uji Validitas .....	52
3.5.3 Uji Reabilitas.....	53

3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.5.4.1 Uji Normalitas.....	54
3.5.4.2 Uji Multikolonieritas.....	55
3.5.4.3 Uji Autokorelasi.....	55
3.5.4.4 Uji Heteroskedastisitas .....	56
3.5.4.5 Uji Korelasi Berganda Dan Uji Determinasi .....	56
3.5.4.6 Analisis Regresi Berganda.....	57
3.5.5 Uji Statistik.....	58
3.5.5.1 Uji t .....	58
3.5.5.2 Uji F .....	58
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
4.2 Penjelasan Kasus .....	53
4.3 Penyajian Data .....	56
4.3.1 Deskriptif Responden .....	56
4.3.1.1 Berdasarkan Umur Responden.....	62
4.3.1.2 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
4.3.1.3 Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	63
4.3.1.4 Berdasarkan Lamanya Mengonsumsi .....	63
4.3.2 Deskripsi Variabel-Variabel .....	64
4.3.2.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	64
4.3.2.2 Deskripsi Variabel Promosi .....	65
4.3.2.3 Deskripsi Variabel Harga .....	66
4.3.2.4 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	67
4.3.2.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Pembelian.....	68
4.4 Uji Hipotesis .....	64
4.4.1 Uji Validitas .....	68
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	70
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.4.3.1 Uji Normalitas .....	70
4.4.3.2 Uji Multikolinieritas .....	71

4.4.3.3 Uji Autokorelasi .....	72
4.4.3.4 Uji Heteroskedastisitas .....	73
4.4.4 Analisis Korelasi Berganda .....	74
4.4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	76
4.4.5 Pengujian Hipotesis .....	78
4.6 Pembahasan .....	68
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Kontribusi Penelitian.....	80
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	80
5.4 Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	37
2.	Tabel 3.1 Devinisi Oprasional Variabel .....	50
3.	Tabel 4.1 Berdaarkan Umur Responden .....	62
4.	Tabel 4.2 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	62
5.	Tabel 4.3 Bedasarkan Tingkat Pendidikan .....	63
6.	Tabel 4.4 Berdsarkan Lamanya Mengkomsumsi.....	63
7.	Tabel 4.5 Dskripsi Variabel Kualitas Produk .....	64
8.	Tabel 4.6 Dekripsi Variabel Promosi.....	65
9.	Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Harga.....	66
10.	Tabel 4.8 Dekripsi Variabel Kepercayaan .....	67
11.	Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	68
12.	Tabel 4.10 Uji Validitas .....	69
13.	Tabel 4.11 Uji Reliablitas .....	70
14.	Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas .....	72
15.	Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	75
16.	Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Berganda .....	76
17.	Tabel 4.15 Hasil Uji t .....	78
18.	Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	80

## DAFTAR GAMBAR

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Gambar 1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	43
2.	Gambar 2 Grafik Pendeteksian Normalitas .....	71
3.	Gambar 3 Uji Autokorelasi .....	72
3.	Gambar 4 Uji Heteroskedastisitas .....	74

## LAMPIRAN

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Lampiran 1 kuesioner penelitian.....	92
2.	Lampiran 2 Jawaban Responden.....	96
3.	Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS.....	105