

## ***ABSTRACT***

Culinary business has become a very promising business and preferred by many people because of the food and drink is a product that is needed at once sought by the people every time. Emerging culinary business in today's highly diverse, such as a family restaurant, a traditional restaurant, pavement cafés, bistro, coffee shop and café. The development of the current era also make people more likely to have the bustle and high mobility. They are generally more likely to spend time outdoors. For reasons of practicality and comfort, they are frequently visited places to eat to gather with family and friends, meet clients, or just to relax in the midst of their busy lives. Café is one place that has been chosen. Café assessed not only offer food and beverages, but also offers a facility that can provide comfort for visitors. Not surprisingly, the café visitors can spend hours and hours to be there. In addition to engaging a casual conversation, some visitors also use the café as a place to complete a task or job.

On the basis of the description above, the authors are interested in conducting research located in Oxtale Cafe which aims to investigate the influence of the location and the price of the purchase decision.

In this study the authors used survey method by distributing questionnaires to obtain data required by 60 respondents. To prove the location and the price has an effect on consumer purchasing decisions, so in this study used statistical calculations with multiple linear regression calculation. From the calculation of the statistical regression calculation was done by SPSS 20:00 then obtained Locations effect on Consumer Purchase Decision by 41.0%. Then the price effect of 21.7% for Consumer Purchase Decision. The simultaneous, location and price effect on Consumer Purchase Decision by 75.6%.

*Keywords:* *Location, Price, Buying Decision*

## **ABSTRAK**

Bisnis kuliner sudah menjadi bisnis yang sangat menjanjikan dan diminati oleh banyak orang karena makanan dan minuman merupakan produk yang diperlukan sekaligus dicari oleh masyarakat setiap waktu. Bisnis kuliner yang bermunculan jaman sekarang ini sangat bermacam-macam, seperti restoran keluarga, restoran tradisional, warung kaki lima, bistro, *coffee shop* dan *café*. Perkembangan jaman saat ini juga membuat masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi. Mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah. Karena alasan kepraktisan dan kenyamanan, mereka biasanya sering mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga dan teman, bertemu klien, atau hanya sekedar untuk bersantai ditengah kesibukan mereka. *Café* merupakan salah satu tempat yang banyak dipilih. *Café* dinilai tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Tidak heran bila para pengunjung *café* bisa menghabiskan waktu berjam-jam berada di sana. Selain terlibat perbincangan santai, sebagian pengunjung juga menggunakan *café* sebagai tempat menyelesaikan tugas atau pekerjaan.

Atas dasar uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berlokasi di Oxtale Cafe yang bertujuan untuk meneliti mengenai pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data-data yang diperlukan sebanyak 60 orang responden. Untuk membuktikan lokasi dan harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, maka dalam penelitian ini digunakan perhitungan statistik dengan perhitungan regresi linier berganda. Dari hasil perhitungan statistik dengan perhitungan regresi yang telah dilakukan melalui program SPSS 20.00 maka diperoleh Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 41,0%. Kemudian Harga berpengaruh sebesar 21,7% terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Adapun secara simultan, Lokasi dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 75,6%.

Dari penjelasan di atas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi dan Harga dengan Keputusan Pembelian Konsumen, maka kenaikan ataupun penurunan salah satu dari masing-masing variabel tersebut akan menaikkan atau menurunkan variabel lainnya karena pengaruhnya positif.

Kata kunci: Lokasi, Harga, Keputusan Pembelian

## **DAFTAR ISI**

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

### **BAB I**

#### **PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5

### **BAB II**

#### **TINJAUAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN**

#### **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

2.1	Landasan Teori.....	6
2.1.1	Pemasaran.....	6
2.1.2	Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.3	Bauran Pemasaran.....	9
2.1.4	Lokasi.....	10
2.1.5	Harga.....	14
2.1.6	Keputusan Pembelian.....	20
2.2	Rerangka Pemikiran.....	28
2.3	Kerangka Teoritis.....	29
2.4	Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
2.5	Hipotesis.....	32

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

3.1	Lokasi dan waktu Penelitian.....	33
3.2	Jenis Penelitian.....	33
3.3	Definisi Operasional variabel.....	33
3.4	Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1	Populasi.....	37
3.4.2	Sampel.....	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6	Metode Analisis.....	40
3.6.1	Analisis Kuantitatif.....	40

3.6.1.1 Uji Reliabilitas.....	40
3.6.1.2 Uji Validitas.....	41
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.6.2.1 Uji Multikolinieritas.....	41
3.6.2.2 Uji Normalitas.....	42
3.6.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	42
3.6.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.6.2.5 Uji F.....	44
3.6.2.6 Uji t.....	45
3.6.2.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	46

## **BAB IV**

### **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Analisis Karakteristik Responden.....	47
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	49
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	49
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan...	50
4.1.6 Pernyataan Responden Mengenai Lokasi di Oxtale Cafe.....	51
4.1.7 Pernyataan Responden Mengenai Harga di Oxtale Cafe.....	54
4.1.8 Pernyataan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	56
4.1.9 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58

4.1.10 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.2 Pembahasan.....	65
4.2.1 Pengaruh Simultan Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	65
4.2.2 Analisis Regresi Berganda.....	68
4.2.3 Pengaruh Parsial Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian....	69
<b>BAB V</b>	
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1     Kesimpulan.....	71
5.2     Saran.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	73
<b>LAMPIRAN.....</b>	74

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
I	Daftar Cafe di Kota Bandung .....	2
II	Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	30
III	Devinisi Operasional Variabel.....	34
IV	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
V	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
VI	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	48
VII	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tnggal.....	49
VIII	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan....	41
IX	Ketersediaan Lahan Parkir di Oxtale Café.....	52
X	Kedekatan Lokasi Extale Cafe dengan Pusat Keramaian	52
XI	Ketersediaan Tempat Sambil Bersantai .....	53
XII	Kenyamanan Lingkungan.....	53
XIII	Keterjangkauan Harga Oxtale Cafe.....	54
XIV	Kesuaian Harga dengan Kualitas/Rasa.....	54
XV	Persaingan Harga Oxtale Cafe dengan Cafe Sejenis Lainnya.....	55
XVI	Kesesuaian Harga dengan Kuantitas.....	55
XVII	Kesesuaian dengan Finansial.....	56
XVIII	Oxtale Cafe mudah Dijangkau.....	57
XIX	Kesesuaian Variasi Menu Makanan dan Minuman Oxtale Cafe dengan Selera.....	57
XX	Kenyamanan Oxtale Cafe Sebagai Tempat Menghabiskan Waktu (Kumpul-Kumpul Bersama Teman/Keluarga)	58
XXI	Uji Validitas.....	59
XXII	Uji Reliabilitas.....	60
XXIII	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	61
XXIV	Coefficients <sup>a</sup> .....	63
XXV	Model Summary .....	64
XXVI	Variables Entered/Removed <sup>a</sup> .....	65
XXVII	Model Summary.....	65
XXVIII	ANOVA <sup>a</sup> .....	66
XXIX	Coefficients <sup>a</sup> .....	67
XXX	Coefficients <sup>a</sup> .....	69
XXXI	Coefficients <sup>a</sup> .....	70

## **DAFTAR GAMBAR**

1	Rerangka Pemikiran.....	28
2	Kerangka Teori.....	29

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A	Kuesioner.....	75
Lampiran B	Hasil Karakteristik Responden dan Hasil Kuesioner.....	78
Lampiran C	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	81
Lampiran D	Hasil Uji Regresi.....	84