

ABSTRAK

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk menguji dan menganalisis ada atau tidaknya pengaruh produk, harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tujuan penelitian maka jenis penelitian ini adalah *Causal Explanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi Starbucks Coffee Surya Sumantri Bandung. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi Starbucks Coffee Surya Sumantri Bandung lebih dari 1 kali dalam waktu 1 bulan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner. Pengukuran dalam pengisian kuisisioner penelitian ini menggunakan skala likert. Penentuan jumlah sampel minimal pada penelitian ini mengacu pada pernyataan Hair, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 160 orang responden. Uji Hipotesis dilakukan dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda. Terdapat Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen yang pernah mengunjungi Starbucks Coffee Surya Sumantri Bandung, dengan demikian didapatkan koefisien determinasi sebesar 0,779, yang berarti bahwa Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh sebesar 77.9% terhadap keputusan pembelian konsumen. Kecenderungan pengaruh secara parsial juga ditemukan. Untuk itu, perusahaan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan karakteristik Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas layanan dengan tujuan untuk dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian konsumen pada Starbucks Coffee di kemudian hari.

Kata kunci: Produk, Harga, Lokasi, Kualitas layanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Researchers are interested in conducting research to test and analyze the presence or absence of product influence, price, location and service quality on purchasing decisions. Based on the research objectives, this type of research is Causal Explanatory. The population in this study were consumers who had visited Starbucks Coffee Surya Sumantri Bandung. While the samples in this study were consumers who had visited Starbuck Coffee Surya Sumantri Bandung more than once in 1 months. The data collection method used is the survey method using a questionnaire. Measurements in filling out this research questionnaire using a Likert scale. Determination of the minimum number of samples in this study refers to the Hair statement, so the number of respondents used is 160 respondents. Hypothesis testing is done by using Simple and Multiple Linear Regression Analysis. There are simultaneous effects of product, price, location, and quality of service on consumer purchasing decisions that have visited Starbuck Coffee Surya Sumantri Bandung, thus obtaining a determination coefficient of 0.779, which means that the product, price, location and quality of service simultaneously have an influence 77.9% of consumer purchasing decisions. Partial influence tendency was also found. For this reason, the company is expected to be able to maintain and improve the characteristics of Products, Prices, Locations, and Service Quality in order to be able to encourage an increase in consumer purchasing decisions at Starbucks Coffee in the future.

Keywords: *Product, Price, Place, Service Quality, Buying Decision*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
SURAT KETERANGAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Manajemen.....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Manajemen Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3.1 Produk.....	11
2.1.3.2 Harga.....	12
2.1.3.3 Lokasi.....	14
2.1.3.4 Promosi.....	15
2.1.3.4.1 Periklanan.....	16
2.1.3.4.2 <i>Personal Selling</i>	17
2.1.3.4.3 Pemasaran Langsung.....	17
2.1.3.4.4 <i>Sales Promotion</i>	18
2.1.3.4.5 <i>Publicity</i>	19
2.1.4 Kualitas Layanan.....	19
2.1.4.1 Peranan Kualitas Layanan.....	20
2.1.4.2 Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan....	21
2.1.4.3 Empat Komponen Keprimaan Layanan.....	25
2.1.4.3.1 Kecepatan Layanan.....	25
2.1.4.3.2 Ketepatan Layanan.....	26

2.1.4.3.3 Keramahan Layanan.....	26
2.1.4.3.3 Kenyamanan Layanan.....	27
2.1.4.4 Lima Dimensi Kualitas Layanan.....	28
2.1.4.4.1 <i>Tangible</i>	28
2.1.4.4.2 <i>Reliability</i>	29
2.1.4.4.3 <i>Responsiveness</i>	29
2.1.4.4.4 <i>Assurance</i>	30
2.1.4.4.5 <i>Emphaty</i>	30
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	31
2.1.5.1 Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen.....	32
2.1.5.1 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.....	33
2.1.6 Riset Empiris.....	34
2.2 Rerangka Pemikiran.....	42
2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	43
2.4 Model Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Jenis Penelitian.....	47
3.2 Populasi dan Sampel.....	47
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian.....	53
3.6 Teknik Analisis Data Penelitian.....	53
3.6.1 Uji Instrumen.....	54
3.6.1.1 Uji Validitas.....	54
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	54
3.6.2 Uji Asumsi.....	55
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	55
3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	56
3.6.2.3 Uji Multikolinearitas.....	56
3.6.2.4 Uji Outliers.....	57
3.6.3 Uji Hipotesis Penelitian.....	57
3.6.3.1 Uji t.....	59
3.6.3.2 Uji F.....	59
3.6.3.3 Uji Koefisien Determinasi.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Hasil Penelitian.....	61
4.1.1 Analisis Demografis Responden.....	61
4.1.2 Uji Instrumen Penelitian.....	63
4.1.2.1 Uji Validitas.....	63
4.1.2.2 Uji Reliabilitas.....	64
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.1.3.1 Uji Normalitas.....	65
4.1.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	66

4.1.3.3 Uji Multikolinearitas.....	68
4.1.4 Uji Hipotesis.....	69
4.1.4.1 Uji Hipotesis 1: Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang pernah Mengunjungi Starbuks Coffee Surya Sumanti Bandung.....	69
4.1.4.2 Uji Hipotesis 2: Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang pernah Mengunjungi Starbuks Coffee Surya Sumanti Bandung.....	70
4.1.4.3 Uji Hipotesis 3: Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang pernah Mengunjungi Starbuks Coffee Surya Sumanti Bandung.....	72
4.1.4.4 Uji Hipotesis 4: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang pernah Mengunjungi Starbuks Coffee Surya Sumanti Bandung.....	73
4.1.4.5 Uji Hipotesis 4: Pengaruh Produk, Harg, Lokasi dan Kualitas Layanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang pernah Mengunjungi Starbuks Coffee Surya Sumanti Bandung.....	75
4.2 Pembahasan.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Implikasi Manajerial.....	84
5.3 Saran.....	84
5.3.1 Saran Bagi Rekan Akademisi.....	84
5.3.2 Saran Bagi Pengelola.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE)...	90
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 2.2 Rerangka Teori.....	42
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	45
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	67



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Riset Empiris..... 34
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian..... 48
Tabel 3.2	Skala Likert..... 53
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.... 61
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Mengunjungi Starbuks Surya Sumantri Bandung Dalam 1 Bulan..... 62
Tabel 4.4	Uji Validitas..... 63
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas..... 64
Tabel 4.6	Uji Normalitas..... 66
Tabel 4.7	Uji Multikolinearitas..... 68
Tabel 4.8	Uji Regresi Untuk Hipotesis 1..... 69
Tabel 4.9	Uji Koefisien Determinasi Untuk Hipotesis 1..... 70
Tabel 4.10	Uji Regresi Untuk Hipotesis 2..... 71
Tabel 4.11	Uji Koefisien Determinasi Untuk Hipotesis 2..... 71
Tabel 4.12	Uji Regresi Untuk Hipotesis 3..... 72
Tabel 4.13	Uji Koefisien Determinasi Untuk Hipotesis 3..... 73
Tabel 4.14	Uji Regresi Untuk Hipotesis 4..... 74
Tabel 4.15	Uji Koefisien Determinasi Untuk Hipotesis 4..... 74
Tabel 4.16	Uji Regresi Linier Berganda Untuk Hipotesis 5..... 76
Tabel 4.17	Uji Koefisien Determinasi Untuk Hipotesis 5..... 76
Tabel 4.18	Persamaan Regresi Linier Berganda..... 77