

## ABSTRACT

*This study explained to examine the coffee drinks at Cyclo Sidoarjo Cafe. Consumer population in Cyclo Sidoarjo Cafe, by distributing questionnaires with a sample of 112 respondents. Sample non-probability technique of the Accidental Sampling approach. The packaging count was 4,559 and sig. , 000, Explained t arithmetic purchasing decisions 3,937 as well as sig. , 000, Explained fcount 23.477 and sig. , 000. It was concluded that all variables were proved partially and simultaneously with positive and significant truth in coffee at Cyclo Cafe, Sidoarjo.*

**Keyword:***Packaging, Prices and Purchase Decisions.*

## ABSTRAK

Dijelaskan penelitian ini untuk meneliti pada minuman coffee di *Cafe Cyclo Sidoarjo*. Populasi konsumen di *Cafe Cyclo Sidoarjo*, dengan menyebarkan kuesioner dengan jumlah sampel 112 responden. Sampel teknik *non probability* pendekatan *Accidental Sampling*. Dijelaskan  $t_{hitung}$  kemasan sebesar 4.559 serta sig. ,000, Dijelaskan  $t_{hitung}$  keputusan pembelian 3.937 serta sig. ,000, Dijelaskan  $f_{hitung}$  23.477 serta sig. ,000. Disimpulkan semua variabel dibuktikan kebenrannya secara parsial serta simultan dengan positif serta signifikan di *coffee* di *Cafe Cyclo Sidoarjo*.

**Kata Kunci:** Kemasan, Harga dan Keputusan Pembelian.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
MOTTO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11

### BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	20
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	20
2.2.1.2 Konsep Manajemen Pemasaran.....	22
2.2.1.3 Unsur-Unsur Manajemen Pemasaran.....	27
2.2.1.4 Tugas Manajer Dalam Manajemen Pemasaran.....	28
2.2.2 Kemasan.....	29
2.2.2.1 Pengertian Kemasan.....	29
2.2.2.2 Tujuan Kemasan.....	31
2.2.2.3 Fungsi Kemasan.....	32
2.2.2.4 Bahan Kemasan.....	33
2.2.2.5 Bentuk Kemasan.....	34

2.2.2.6 Daya Tarik Kemasan .....	35
2.2.2.7 Indikator Kemasan .....	37
2.2.3 Harga .....	38
2.2.3.1 Pengertian Harga .....	38
2.2.3.2 Peran Harga.....	39
2.2.3.3 Tahap-Tahap Penetapan Harga .....	40
2.2.3.4 Tujuan Penetapan Harga .....	41
2.2.3.5 Indikator Harga .....	42
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	43
2.2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	43
2.2.4.2 Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian..	44
2.2.4.3 Tingkat Keputusan Pembelian Konsumen .....	45
2.2.4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	46
2.2.4.5 Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	47
2.2.4.6 Indikator Keputusan Pembelian.....	49
2.3 Kerangka Konseptual .....	51
2.4 Hipotesis.....	54

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian .....	58
3.2 Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel .....	60
3.2.1 Populasi.....	60
3.2.2 Sampel.....	60
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	61
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	62
3.3.1 Jenis Penelitian.....	62
3.3.2 Sumber Data.....	62
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.4.1 Teknik Pegumpulan Data.....	63
3.4.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	65

3.4.3	Prosedur Pengumpulan Data .....	65
3.5	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel.....	65
3.5.1	Variabel Penelitian Dan Pengukuran .....	65
3.5.2	Definisi Operasional Variabel .....	66
3.6	Teknik Analisis Data .....	70
3.6.1	Instrumen Pengujian Penelitian .....	71
3.6.1.1	Uji Validitas .....	71
3.6.1.2	Realibilitas.....	71
3.6.2	Regresi Linier Berganda .....	72
3.6.2.1	Uji Hipotesis .....	73
3.6.2.2	Uji t (Parsial) .....	74
3.6.2.3	Uji F (Simultan) .....	75
3.6.3	Uji Asumsi Klasik .....	75
3.6.3.1	Uji Normalitas .....	75
3.6.3.2	Uji Multikolonieritas.....	76
3.6.3.3	Uji Heteroskedasitas .....	76

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian.....	79
4.1.1	Frekuensi Variabel.....	83
4.1.2	Uji Instrumen .....	87
4.1.3	Uji Asumsi Klasik .....	90
4.1.4	Regresi Linier Berganda .....	92
4.1.5	Uji Hipotesis .....	94
4.2	Pembahasan .....	97
4.2.1	Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coffe Di Cafe Cyclo Sidoarjo .....	97
4.2.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coffe Di Cafe Cyclo Sidoarjo .....	98
4.2.3	Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coffe Di Cafe Cyclo Sidoarjo.....	98

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan.....	101
5.2 Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 4.1 Tabel Responden Berdasarkan Umur .....	81
Tabel 4.2 Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
Tabel 4.3 Tabel Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	82
Tabel 4.4 Tabel Responden Berdasarkan Dalam Kunjungan 1 Bulan.....	83
Tabel 4.5 Tabel Frekuensi Variabel Kemasan.....	84
Tabel 4.6 Tabel Frekuensi Variabel Harga .....	85
Tabel 4.7 Tabel Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian .....	86
Tabel 4.8 Tabel Uji Validitas .....	87
Tabel 4.9 Tabel Uji Reliabilitas .....	89
Tabel 4.10 Tabel Uji Normalitas .....	90
Tabel 4.11 Tabel Multikolinearitas .....	91
Tabel 4.12 Tabel Uji Regresi Linear Berganda.....	93
Tabel 4.13 Tabel Uji t.....	95
Tabel 4.14 Tabel Uji F.....	96
Tabel 4.15 Tabel uji koefisien determinasi .....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	52
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian .....	59
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	80
Gambar 4.2 Uji Heterokedasitas.....	92



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2: Surat Balasan Ijin Penelitian

Lampiran 3: Daftar Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 4: Berita Acara Ujian Proposal Skripsi

Lampiran 5: Surat Pernyataan Bebas Plagiasi

Lampiran 6: Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi

Lampiran 7: Kuesioner Penelitian

Lampiran 8: Tabulasi Data

Lampiran 9: Hasil Olah Data SPSS