



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN CAFE
KOPI KONCO DI PRAMBON**

**CHINDY DYAS ASISKA
181500221**

Dosen Pembimbing

Dr. Mochammad Munir R., Drs., Ec., M.Si

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
CAFE KOPI KONCO DI PRAMBON**

SKRIPSI

Diajukan untu memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
PGRI Adi Buana Surabaya

**CHINDY DYAS ASISKA
NIM : 181500221**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga,
dan Promosi terhadap Minat Beli
Konsumen Cafe Kopi Konco
Prambon

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Chindy Dyas Asiska
- b. NIM : 181500221
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI
Adi Buana Surabaya
- e. Alamat e-mail : chindyasiska996@gmail.com

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Dr. Mochammad Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si

NPP.160175/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Cafe Kopi Konco di Prambon

Identitas Mahasiswa

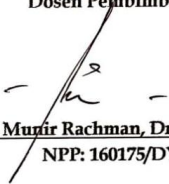
- a. Nama : Chindy Dyas Asiska
- b. NIM : 181500221
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Surabaya, 10 Juni 2022

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

I Made Safus Dwiarta, S.E., M.M
NPP: 1109598/DY

Dosen Pembimbing


Dr. Moch Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si
NPP: 160175/DY

Menyetujui
Dekan

Saiful Wabowo, S.E., M.PD., M.SM
NPP : 0709494/DY

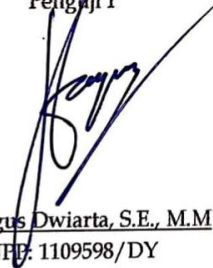
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Pada Hari : Jum'at
Tanggal : 10 Juni
Tahun : 2022

Penguji I



I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
NPP: 1109598/DY

Penguji II



Drs. R. Bambang Dwi Waryanto, S.E., M.M
NPP: 2106923/DY

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan rahmat serta hidayah-NYA, penulis mampu menulis dan menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini dengan sehat dan penuh semangat yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN CAFE KOPI KONCO DI PRAMBON”**.

Tak lupa kami juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang sudah membimbing dan memotivasi penulis agar penyusunan proposal skripsi ini terselesaikan tepat waktu. Terimakasih ini khususnya kami sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. M. Subandowo.MS, selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Tony Susilo Wibowo S.E., M.PD., M.SM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta., SE., MM. selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Dr. Mochammad Munir R., Drs, Ec.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang memberi petunjuk dan pengarahan dalam menyusun skripsi ini.
5. Segenap Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, khususnya para Bapak / Ibu yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis.

6. Ibu Amelinda Delfi selaku Owner Cafe Kopi Konco Prambon yang sudah memberikan izin dan bantuan kepada penulis untuk melakukan penelitian sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
7. Alm. Bapak Suharto, Ibu Suwarnik dan Kakak Febrytercinta yang memberikan semangat, kasih sayang, dan perhatiannya sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan tepat waktu.
8. Serta sahabat - sahabat tercinta yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan waktu yang dimiliki penulis. Saran-saran dari para pembaca akan sangat membantu kesempurnaann laporan ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 30 Juni 2022

Chindy Dyas Asiska

ABSTRAK

Minat beli konsumen ialah perilaku konsumen untuk membeli maupun memiliki produk yang diinginkan. Minat beli sangat berpengaruh dalam menjalankan sebuah bisnis terutama cafe. Karena jika minat beli suatu café tinggi maka dapat meningkatkan penjualan tempat tersebut. Tujuan dari dilaksanakan penelitian untuk menguji adanya pengaruh kualitas produk, harga dan promosi pada minat beli konsumen café Kopi Konco di Prambon. Penelitian ini dilaksanakan di Café Kopi Konco di Prambon Sidoarjo. Sampel yang dipergunakan penelitian ini yakni 108 responden dengan cara pengambilan datanya menyebarkan kuisisioner pada konsumen café tersebut dan menggunakan skala linkert sebanyak 5 poin untuk mengukur 4 indikator kualitas produk, 3 indikator harga dan 2 indikator promosi. Teknik analisis yang digunakan penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil yang didapat ialah kualitas produk berpengaruh secara tidak signifikan terhadap minat beli konsumen. Sedangkan harga dan promosi berpengaruh secara signifikan pada minat beli konsumen. Kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara simultan pada minat beli konsumen café Kopi Konco di Prambon.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

Consumer buying interest is the behavior of consumers to buy or have the desired product. Buying interest is very influential in running a business, especially a cafe. Because if the interest in buying a cafe is high, it can increase sales of the place. The purpose of this research is to examine the effect of product quality, price and promotion on consumer buying interest at Kopi Konco café in Prambon. This research was conducted at Café Kopi Konco in Prambon Sidoarjo. The sample used in this study was 108 respondents by collecting data by distributing questionnaires to the cafe consumers and using a 5-point linkert scale to measure 4 product quality indicators, 3 price indicators and 2 promotion indicators. The analytical technique used in this research is multiple linear regression. The results obtained are product quality has no significant effect on consumer buying interest. Meanwhile, price and promotion have a significant effect on consumer buying interest. Product quality, price and promotion have a simultaneous effect on consumer buying interest at Kopi Konco cafe in Prambon.

Keywords : product quality, price, promotion, consumer buying interest

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :


Nama : Chindy Dyas Asiska
NIM : 181500221
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Cafe Kopi Konco Di Prambon." yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik (ditulis tahun) bersifat original.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 10 juni 2022
Mahasiswa,


Chindy Dyas Asiska
NIM : 181500221

HALAMAN PERSEMBAHAN

"MOTTO"

**Orang yang meraih kesuksesan tidak selalu orang yang
pintar. Namun orang yang meraih kesuksesan ialah orang
yang gigih dan pantang menyerah**

Susi Pudjiastuti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	3
1.1. Latar Belakang.....	3
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	7
TELAAH PUSTAKA.....	7
2.1 PENELITIAN TERDAHULU.....	7
2.2 LANDASAN TEORI.....	12
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.2 Kualitas Produk.....	13
2.2.3 Harga.....	15
2.2.4 Promosi.....	17
2.2.5 Minat beli Konsumen.....	19
2.2.6 Hubungan antara Variabel.....	21
2.2.6.1 Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen.....	21
2.2.5.3 Harga terhadap Minat Beli Konsumen.....	21
2.2.6.3 Promosi terhadap Minat Beli Konsumen.....	22
2.2.6.4 Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen.....	23
2.3 KERANGKA KONSEPTUAL.....	24

2.4 HIPOTESIS	25
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.3 Jenis & Sumber Data.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5 Jadwal Waktu Pelaksanaan.....	31
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel..	32
3.7 Teknik Analisis Data	35
BAB IV.....	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.2 Analisis Data	63
BAB V.....	85
SIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Simpulan.....	85
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN 1.....	92
LAMPIRAN 2.....	97

DAFTAR TABEL

3.1 Bobot Penelitian	31
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin	45
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	46
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Profesi	47
4.4 Distribusi Frekuensi variabel X1.....	48
4.5 Distribusi Frekuensi variabel X2.....	52
4.6 Distribusi Frekuensi variabel X3.....	56
4.7 Distribusi Frekuensi variabel Y.....	59
4.8 Hasil Uji Validitas variabel X1	64
4.12 Hasil Uji Validitas variabel X2.	67
4.15 Hasil Uji Validitas variabel X2.	69
4.17 Hasil Uji Validitas variabel Y	70
4.20 Hasil Uji Reabilitas	72
4.21 Hasil Uji normalitas	73
4.22 Hasil Uji Multikolinearitas	74
4.23 Hasil Uji Autokorelasi	75
4.24 Hasil Uji Gletser	77
4.25 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	78
4.26 Hasil Uji t	79
4.27 Hasil F	80
4.28 Hasil Koefisien determinasi	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1 Kerangka Konseptual.....	24
3.1 Rancangan Penelitian.....	27
4.1 Struktur Organisasi.....	44
4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	76