

**PERAN PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI
PADA QESERA *COFFEE AND PARK* BEKASI UTARA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

SKRIPSI

**Oleh:
Muhammad Rezqi Robi
201910325075**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Peran Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Pada Qesera *Coffee And Park* Bekasi Utara Terhadap Minat Beli Konsumen

Nama Mahasiswa : Muhammad Rezqi Robi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325075

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

Jakarta, 14 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Andrian, S.E., M.M.

NIDN: 0321077102

Pembimbing II



Franciscus Dwiko Sri S., S.T., M.M.

NIDN: 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Peran Promosi, Kualitas Pelayanan,
Dan Lokasi Pada Qesera *Coffee And
Park* Bekasi Utara Terhadap Minat
Beli Konsumen

Nama Mahasiswa : Muhammad Rezqi Robi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325075

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

Jakarta, 14 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Neng Siti Komariah, S.E., M.M.

NIDN. 0327128105

Sekretaris Tim : Haryudi Anas, S.E., M.S.M.

Penguji : NIDN. 0317117801

Penguji : Andrian, S.E., M.M.

NIDN. 0321077102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M.
NIDN. 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIDN. 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul **“Peran Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Pada Qesera Coffee And Park Bekasi Utara Terhadap Minat Beli Konsumen”** Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Rezqi Robi

201910325075

ABSTRAK

Muhammad Rezqi Robi, 201910325075. Skripsi dengan judul Peran Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Pada Qesera *Coffee And Park* Bekasi Utara Terhadap Minat Beli Konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan apakah Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Konsumen Qesera *Coffee And Park* Bekasi Utara yang beralamatkan di Jl. Duta Boulevard Barat No.19, RT.004/RW.011, Harapan Baru, Kec. Bekasi Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat 17123 yang berjumlah 126 responden.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa factor yang berpengaruh terhadap Minat Beli itu ada. Hal ini dibuktikan dengan adanya persamaan regresi linier berganda yang didapat adalah $Y = 3,929 + 0,200 X_1 + 0,143 X_2 + 0,453 X_3$. Secara simultan hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah variabel Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen, dengan hasil yang menunjukkan f hitung $>$ f tabel sebesar f hitung $55,457 >$ f tabel $2,68$. Secara parsial hasil menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen, dengan hasil nilai yang menunjukkan t hitung $2,478 >$ t tabel $1,979$ dan nilai sig. $0,015 <$ $0,05$ dan variabel Lokasi juga berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen, dengan hasil nilai yang menunjukkan t hitung $6,964 >$ t tabel $1,656$ dan nilai sig. $0,000 <$ $0,05$ sedangkan, variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen, dengan hasil nilai yang menunjukkan t hitung sebesar $1,606 <$ t tabel $1,979$ dan nilai sig. $0,111 >$ $0,05$.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Minat Beli

ABSTRACT

Muhammad Rezqi Robi, 201910325075. Thesis entitled *The Role of Promotion, Service Quality, and Location at Qesera Coffee And Park, North Bekasi on Consumer Purchase Interest.*

This study aims to determine and prove whether Promotion, Service Quality, and Location Simultaneously and partially have a significant effect on Consumer Purchase Interest. The population in this study are all consumers of Qesera Coffee And Park, North Bekasi, which are located at Jl. Duta Boulevard Barat No. 19, RT. 004/RW. 011, Harapan Baru, Kec. North Bekasi, Bekasi City, West Java 17123, totaling 126 respondents.

Based on the results of the study stated that there are factors that influence buying interest. This is evidenced by the existence of a multiple linear regression equation which is $Y = 3.929 + 0.200 X_1 + 0.143 X_2 + 0.453 X_3$. Simultaneously the results obtained from this study are the variables Promotion, Service Quality, and Location have a significant effect on the Consumer Purchase Interest variable, with the results showing $f \text{ count} > f \text{ table}$ of $f \text{ count } 55.457 > f \text{ table } 2.68$. Partially the results show that the Promotion variable has a significant and significant effect on the Consumer Purchase Interest variable, with the resulting value showing $t \text{ count } 2.478 > t \text{ table } 1.979$ and a sig. $0.015 < 0.05$ and the location variable also has a significant and significant effect on the Consumer Purchase Interest variable, with the results showing the $t \text{ count}$ of $6,964 > t \text{ table}$ of 1.656 and the sig. $0.000 < 0.05$ meanwhile, the service quality variable has no effect and is not significant on the Consumer Purchase Interest variable, with the results showing a $t \text{ count}$ of $1.606 < t \text{ table } 1.979$ and a sig. $0.111 > 0.05$.

Keywords : Promotion, Service Quality, Location, and Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis penjatkan kepada Allah SWT telah memberikan rahmat dan karuniyanya serta terimakasih kepada ayah dan ibu yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian ini merupakan salah satu syarat lulus dari Fakultas Ekonomi Manajemen dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih banyak memiliki kekurangan. Oleh karena itu penulis minta maaf atas segala kekurangan yang ada pada tulisan ini

Penyusunan penelitian skripsi tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan pengetahuan, ilmu, dan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M selaku rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Andrian, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I. Terimakasih banyak atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan.
5. Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M, selaku dosen pembimbing II. Terimakasih banyak atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan.

6. Dr. Faroman Syarief, SE., M.M, selaku dosen Pembimbing akademik. Terimakasih atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan.
7. Seluruh dosen serta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan berharga bagi saya selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan saya dikampus (Roddiah, Julietha, Delis, Chelint, Niffa, Sindy, Sari dan semua mahasiswa kelas A1) dan diluar kampus (Noval dan Sandi) terimakasih atas dukungan dan motivasi yang diberikan selama ini.
9. *Last but not least*, terimakasih kepada diri sendiri karena tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu Penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 14 Juli 2023



Muhammad Rezqi Robi
201910325075

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika penulisan	7
BAB II	9
TELAAH PUSTAKA	9
2.1 <i>Grand Theory</i>	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Bauran Pemasaran	9
2.2 Pengertian Promosi.....	11
2.2.1 Indikator Promosi.....	12
2.3 Kualitas Pelayanan.....	13
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	13
2.4 Lokasi	14
2.4.1 Pengertian Lokasi	14
2.4.2 Indikator Lokasi	15
2.5 Minat Beli	16
2.5.1 Pengertian Minat Beli	16
2.5.2 Indikator Minat Beli	16
2.6 Peneliti Terdahulu.....	17
2.7 Kerangka Pemikiran	20
2.8 Hipotesis Penelitian	20
2.8.1 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	21
2.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli	21
2.8.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli	21
2.8.4 Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Minat Beli	22
BAB III	23
METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23

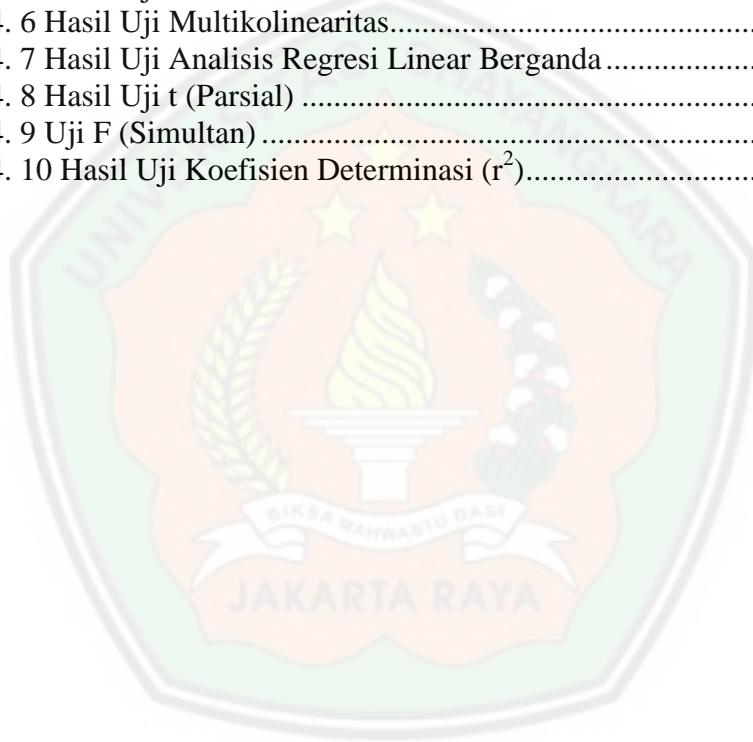
3.2 Tahapan Penelitian.....	23
3.3 Definisi Operasional Variabel	24
3.3.1 Variabel <i>Independent</i> (X1, X2 dan X3)	24
3.3.2 Variabel <i>Dependent</i> (Y)	25
3.4 Waktu dan Tempat penelitian.....	26
3.4.1 Waktu Penelitian.....	26
3.4.2 Tempat Penelitian	26
3.5 Metode Pengambilan Sampel dan Populasi.....	26
3.5.1 Populasi Penelitian.....	26
3.5.2 Sampel Penelitian	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6.1 Kuesioner	28
3.7 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.7.1 Data Primer	29
3.7.2 Data Sekunder.....	29
3.8 Metode Analisis Data	29
3.8.1 Uji Validitas	29
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	30
3.8.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	31
3.9 Pengujian Hipotesis	32
3.9.1 Uji Kelayakan Simultan (Uji F)	32
3.9.2 Uji Parsial (Uji T).....	33
3.9.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	33
BAB IV.....	34
HASIL & PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum.....	34
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	34
4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	35
4.1.3 Menu Favorit Yang Di Promosikan Oleh Qesera <i>Coffe & Park</i>	36
4.1.4 Visi.....	38
4.1.5 Misi.....	38
4.2 Deskripsi Data	38
4.3 Hasil Penelitian.....	39
4.3.1 Identitas Responden	39
4.4 Hasil Analisis Data	42
4.4.1 Uji Validitas	42
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.5.1 Uji Normalitas	43
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	44
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	46
4.6 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	47
4.7 Uji hipotesis	48
4.7.1 Uji t (Parsial).....	48
4.7.2 Uji F (Simultan).....	50
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	50
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	51

BAB V	67
PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Keterbatasan Penelitian	68
5.3 Saran	69
REFERENSI	xiv



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pendapatan 6 Bulan Terakhir.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	25
Tabel 3. 2 Skala Likert	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji t (Parsial)	49
Tabel 4. 9 Uji F (Simultan)	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Cafe Qesera <i>Coffee & Park</i>	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4. 1 Bangunan Bagian Dalam <i>Cafe Qesera Coffee & Park</i>	34
Gambar 4. 2 Parkiran & Pintu Masuk <i>Cafe Qesera Coffee & Park</i>	35
Gambar 4. 3 Menu Favorit Yang Di Promosikan Qesera.....	36
Gambar 4. 4 Menu Favorit Yang Di Promosikan Qesera.....	37
Gambar 4. 6 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Gambar 4. 7 Data Responden Berdasarkan Usia.....	41
Gambar 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme Skripsi.....	89
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi	91
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 4 Hasil Kuesioner Penelitian	106
Lampiran 5 Hasil Analisis Data Kuesioner.....	111
Lampiran 6 Buku Bimbingan Skripsi	115
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	118

