

**PENGARUH FASILITAS TOKO, HARGA DAN VARIASI
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
WARKOP MEDAN DI JAKARTA CABANG GALAXY KOTA
BEKASI**

SKRIPSI

Oleh :

Aulia Ambarwati

202010325014



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Toko, Harga dan Variasi Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warkop
Medan Di Jakarta Cabang Galaxy Kota Bekasi.

Nama Mahasiswa : Aulia Ambarwati

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325014

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

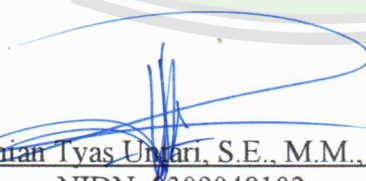
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 30 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Dhan Tyas Ungari, S.E., M.M., MBA
NIDN. 0309048102


Dr. Andrian, S.E., M.M.
NIDN. 0321077102

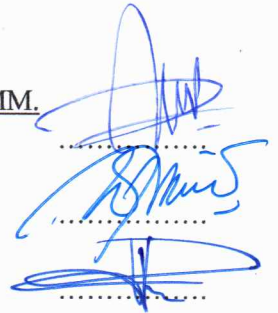
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Toko, Harga dan Variasi
Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada
Warkop Medan Di Jakarta Cabang Galaxy
Kota Bekasi
Nama Mahasiswa : Aulia Ambarwati
Nomor Pokok : 202010325014
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 30 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, SE., MM.
NIDN. 0313036802
Sekretaris Tim Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M.
NIDN. 0319067606
Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari S.E., MM., MBA
NIDN. 0309048102



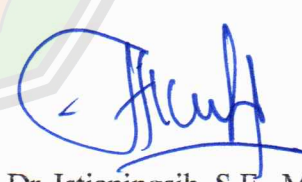
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M.
NIDN. 0327037601



Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aulia Ambarwati
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325014
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 10 Agustus 2000
Alamat : Prm. Papanmas Blok F 33 No. 20 RT 007/009.
Desa Setia Mekar, Kec.Tambun Selatan. Kab.Bekasi,
Jawa Barat, 17510.

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Toko, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warkop Medan Di Jakarta Cabang Galaxy Kota Bekasi” 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 dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian 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 memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Aulia Ambarwati

202010325014

ABSTRAK

Aulia Ambarwati , 202010325014. Pengaruh Fasilitas Toko, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warkop Medan Di Jakarta Cabang Galaxy Kota Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas toko, harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian pada warkop medan di jakarta cabang galaxy Kota Bekasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer melalui kuesioner yang disebarkan secara langsung atau menggunakan QR code kepada masing-masing konsumen Warkop Medan Di Jakarta Cabang Galaxy Kota Bekasi. Jumlah kuesioner yang disebarkan sebanyak 105 Berdasarkan hasil uji parsial , membuktikan bahwa fasilitas toko ditolak yang berarti tidak terdapat hubungan bermakna antara Fasilitas Toko dengan Keputusan Pembelian, pada variabel Harga menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Pada variabel Variasi Produk yang berarti tidak terdapat hubungan bermakna antara Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian. Namun pada penelitian ini membuktikan bahwa Fasilitas Toko, Harga dan Variasi Produk berpengaruh positif yang berarti secara simultan terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian.

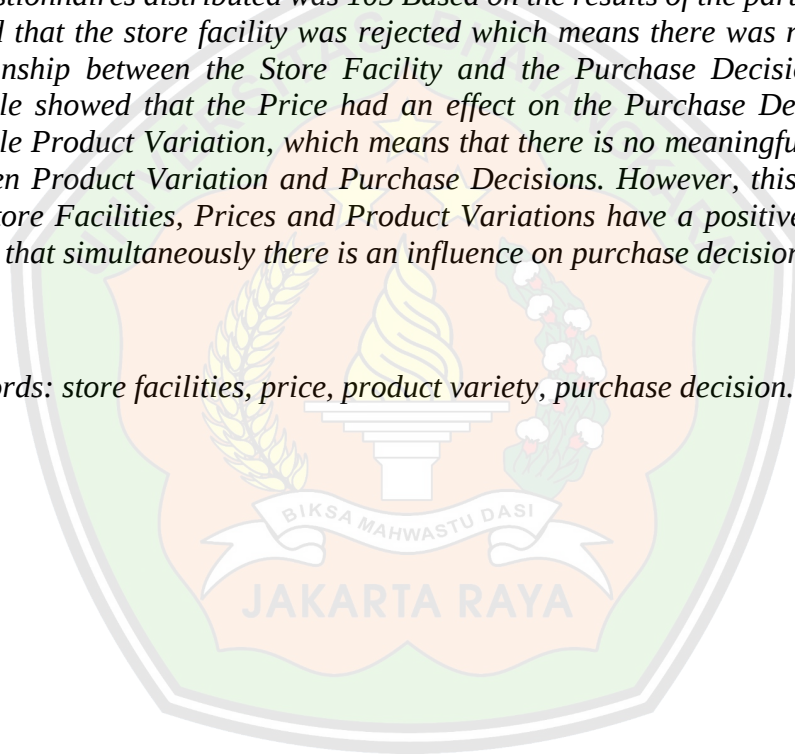
Kata Kunci : Fasilitas Toko, Harga, Variasi Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Aulia Ambarwati, 202010325014. *The Influence of Store Facilities, Prices and Product Variations on Purchase Decisions at Warkop Medan in Jakarta Galaxy Branch Bekasi City.*

This study aims to determine the influence of store facilities, prices and product variations on purchasing decisions at warkop medan in Jakarta, galaxy branch, Bekasi City. This study is a quantitative research that uses primary data through questionnaires that are distributed directly or using QR codes to each consumer of Warkop Medan in Jakarta, Galaxy Branch, Bekasi City. The number of questionnaires distributed was 105 Based on the results of the partial test, it was proved that the store facility was rejected which means there was no meaningful relationship between the Store Facility and the Purchase Decision, the Price variable showed that the Price had an effect on the Purchase Decision. In the variable Product Variation, which means that there is no meaningful relationship between Product Variation and Purchase Decisions. However, this study proves that Store Facilities, Prices and Product Variations have a positive effect which means that simultaneously there is an influence on purchase decisions.

Keywords: *store facilities, price, product variety, purchase decision.*



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Fasilitas Toko, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warkop Medan Di Jakarta Cabang Galaxy Kota Bekasi”**.

Skripsi ini saya buat untuk melengkapi persyaratan menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat, diantaranya nikmat sehat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Dovina Novanti., S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Dr. Andrian, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik dan juga Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan dukungannya.
6. Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan arahan, motivasi dan bimbingan selama penyusunan skripsi.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
8. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Dedi Kurniawan dan Ibu Linda Wati beserta kaka Vivi Devita Sari dan Adik Keyla Khaerunnisa beserta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan semangat, motivasi, serta dukungannya

sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Terimakasih kepada Tarisa Agista, Anisya Nur Fadilah & Adinda Danty Pangestu memberikan semangat & motivasi, serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan jurusan Manajemen angkatan 2020 B01 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, teman seperjuangan di dalam kelas yang selalu kompak dalam segala hal, dan selalu menyemangati serta membantu satu samalain.
11. Sahabat-sahabat, dan juga teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu memberi dukungan motivasi, saran dan juga semangat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulisan yang akan datang. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 30 juli 2024.

Aulia Ambarwati

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Studi	8
1.5 Sitematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Bauran Pemasaran	11
2.2 Fasilitas Toko	12
2.3 Harga	13
2.4 Variasi Produk	15
2.5 Keputusan Pembelian	16
2.6 Telaah Empiris	17
2.7 Kerangka Konseptual	19
2.8 Hipotesis	20

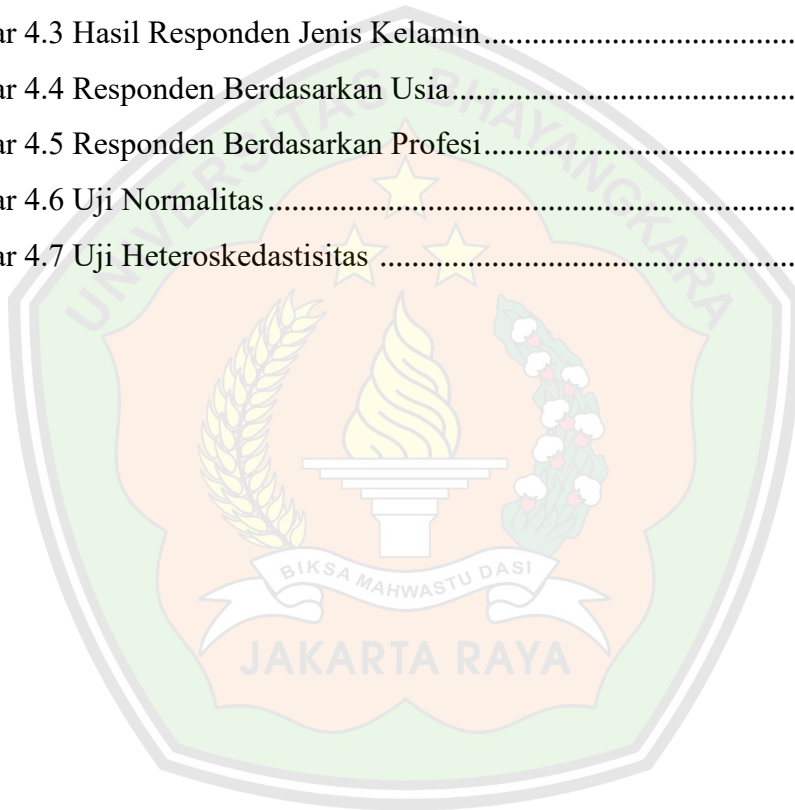
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Tahapan Penelitian.....	25
3.3 Model Konseptual Penelitian	26
3.4 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	27
3.5 Metode Pengambilan Sampel	31
3.6 Sumber Data	33
3.7 Uji Instrumen Data	34
3.8 Uji Asumsi Klasik	35
3.9 Analisis linear Berganda.....	37
3.10 Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Profil Perusahaan.....	40
4.2 Deskripsi Data	42
4.3 Uji Instrumen Data	45
4.4 Uji Asumsi Klasik	49
4.5 Analisis regresi Linier Berganda	53
4.6 Uji Hipotesis.....	55
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Proyek volume produksi dan konsumsi kopi indonesia (2022 – 2026) ..	2
Tabel 1.2 Warung Kopi Viral Di Kota Bekasi	6
Tabel 2.1 Telaah Empiris.....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Fasilitas Toko	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Harga.....	28
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Variasi Produk	29
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian	29
Tabel 3.5 Skala pengukuran	31
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Profesi.....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 5.0 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 5.1 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	56
Tabel 5.2 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	57
Tabel 5.3 Hasil Adjusted R square	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi kopi indonesia (2022 – 2026).....	1
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	20
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	26
Gambar 4.1 Suasana WarkopMDJ	40
Gambar 4.2 Menu WarkopMDJ	41
Gambar 4.3 Hasil Responden Jenis Kelamin.....	44
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Profesi.....	45
Gambar 4.6 Uji Normalitas	51
Gambar 4.7 Uji Heteroskedastisitas	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme	71
Lampiran 2 : Uji Referensi Skripsi	73
Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 4 : Tabulasi Kuesioner	85
Lampiran 5 : Hasil Uji SPSS.....	96
Lampiran 6 : Tabel T	101
Lampiran 7 : Tabel F	105
Lampiran 8 : Kartu Konsultan Bimbingan Proposal (Skripsi).....	110
Lampiran 9 : Kartu Konsultan Bimbingan Tugas Akhir (Skripsi)	112
Lampiran 10 : QR code Kuesioner.....	114
Lampiran 11 : Formulir Sidang Skripsi.....	115
Lampiran 12 : BIODATA	117

