

**ANALISIS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ALODIE CAFFE KEDIRI**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi Sebagian syarat guna memperoleh gelar

Sarjana Manajemen ( S.M )

Pada Program Studi Manajemen



OLEH:

**FADIA TRI EDYUANA**

NPM : 2012010048

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2024**

**Skripsi Oleh :**

**FADIA TRI EDYUANA**

NPM : 2012010048

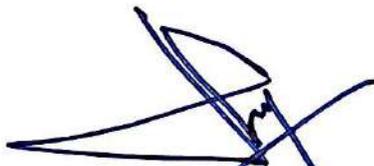
Judul:

**ANALISIS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ALODIE CAFFE KEDIRI**

Telah Disetujui untuk diajukan Kepada  
Panitia Ujia/Sidang Skripsi Prodi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 05 Juli 2024

Pembimbing 1



Dr. Samari, M.M.  
NIDN. 0712026201

Pembimbing 2



Rony Kurniawan, M.M.  
NIDN. 0730076804

Skripsi oleh :

**FADIA TRI EDYUANA**

NPM : 2012010048

Judul :

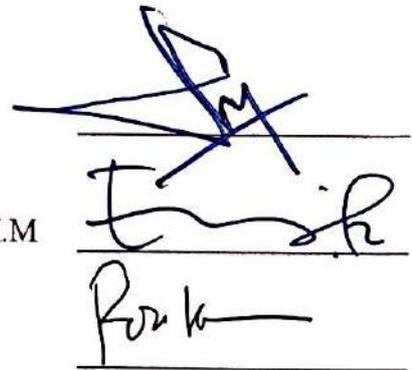
**ANALISIS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ALODIE CAFFE KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI  
Kediri  
Pada tanggal : 16 Juli 2024

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Samari, M.M.
2. Penguji I : Dr. Ema Nurzainul Hakimah, M.M
3. Penguji II : Rony Kurniawan, M.M.



Mengetahui,  
Dekan FEB,  
  
**Dr. Amin Tohari, M.Si**  
NIDN. 0715078102

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Fadia Tri Edyuana  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tgl. Lahir : Kediri, 27 Januari 2002  
NPM : 2012010048  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 05 Juli 2024

Yang Menyatakan



**Fadia Tri Edyuana**

NPM : 2012010048

## **MOTTO**

“Janganlah kamu kuatir akan hari esok. Karena hari esok punya kesusahannya sendiri. Kesusahan sehari, cukuplah untuk sehari.”

### **KUPERSEMBAHKAN KARYA INI UNTUK :**

1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Edy Rumakin dan Ibu Sri Wahyuningsih yang telah memberikan kepercayaan kepada saya untuk melanjutkan pendidikan ke tahap ini, yang mengorbankan segalanya untuk saya. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, selalu memberi semangat, mengajari untuk selalu bersabar disetiap proses yang dilalui , dan pantang menyerah dalam menggapai target hidup, serta tiada hentinya selalu mendoakan yang terbaik untuk saya disetiap langkah. Semua pencapaian ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya.
2. Kepada kedua kakak kandung saya Eva Marliana Wijaya dan Bagus Imam Turmudi. Terimakasih banyak telah berkontribusi banyak dalam hidup saya dalam penulisan skripsi ini. Telah memberikan dukungan, perhatian, dan motifasi untuk saya, serta senantiasa memberikan bantuan tenaga dan materi untuk masa depan saya, Sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Tuhan senantiasa mengganti berkali kali lipat kebaikan kalian.

3. Skripsi ini saya persembahkan kepada sahabat terdekat saya yang selalu ada disisi saya, yaitu Fernika Afifatul Amanda, Fransisca Laura Ari Wijaya , Tinesia Nada Shalsabilla, Talita Sukma Widjajanti, Nindya Laksmi Sari, Amellia Dwi Septiyani yang selalu senantiasa membantu, menghibur, memberikan semangat serta mendoakan saya . Sampai akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada partner hidup saya yang tak kalah penting kehadirannya, Stevanus Jorghi Putra yang menjadi salah satu penyemangat karena selalu ada dalam suka maupun duka dan tak henti hentinya memberikan semangat dan dukungan serta bantuan baik itu tenanga, pikiran, materi maupun moril. Terimakasih banyak telah menjadi bagian dari hidup saya berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini . Telah menjadi pendengar yang baik, menghibur, penasehat yang baik. Semoga Tuhan mengganti berkali-kali lipat dan sukses kedepannya untuk kita berdua.
5. Dan yang terakhir, Kepada diri saya sendiri Fadia Tri Edyuana. Terimakasih untuk tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai dititik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba . Terima kasih karena telah memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Fadia. Apapun kurang lebihmu mari merayakan diri sendiri.

## **Abstrak**

**Fadia Tri Edyuana** : Analisis Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Alodie Caffe Kediri  
Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024

Kata Kunci : produk, harga, promosi dan keputusan pembelian

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan yang timbul disebabkan oleh faktor produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Alodie Caffe Kediri. Tujuan dalam penelitian ini yaitu mengetahui dan menganalisis produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun simultan pada Alodie Caffe Kediri. Dalam penelitian ini populasi yang diambil yaitu konsumen yang membeli di Alodie Caffe Kediri. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Pendekatan penelitian yang dilakukan saat ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik penelitian adalah kausal. Teknik analisis regresi linier berganda untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain dengan menggunakan uji hipotesis (uji t dan uji F) dan adjusted R Square. Pada penelitian ini variabel produk (X1) terhadap keputusan pembelian menggunakan indikator penelitian (Maryati &Khoiri.M, 2021). untuk variabel harga (X2) terhadap keputusan pembelian menggunakan indikator penelitian (Romadon etal., 2023).. Pada variabel promosi (X3) menggunakan indikator penelitian (Maryati &Khoiri.M, 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun secara simultan, maka Alodie Caffe Kediri disarankan agar memperhatikan produk, harga, dan promosi untuk meningkatkan keputusan pembelian.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke Hadirat Allah SWT karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna menyusun skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu padaaa Kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Dr. Zainal Afandi, M.Si., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Rony Kurniawan, M.M., selaku dosen pembimbing.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Ayah dan Ibu yang selalu memberikan inspirasi, dorongan, serta dukungan baik secara moral maupun materiil kepada penulis hingga saat ini.
7. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dalam

penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka tegur, sapa, kritik dan saran dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 05 Juli 2024



**FADIA TRIEDYUANA**

NPM. 2012010048

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL .....   | iii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                   | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                    | iii  |
| PERNYATAAN .....  | iv   |
| MOTTO.....  | v    |
| ABSTRAK .....   | vii  |
| KATA PENGANTAR .....  | viii |
| DAFTAR ISI .....  | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xii  |
| DAFTAR TABEL .....  | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                     | 1    |
| A. Latar Belakang .....                                     | 1    |
| B. Identifikasi Masalah .....                               | 1    |
| C. Batasan Masalah .....                                    | 4    |
| D. Rumusan Masalah .....                                    | 4    |
| E. Tujuan Penelitian .....                                  | 4    |
| F. Manfaat Penelitian.....                                  | 5    |
| BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS .....                     | 6    |
| A. Kajian Teori.....  | 6    |
| 1. Keputusan Pembelian.....                                 | 6    |
| a. Pengertian Keputusan Pembelian.....                      | 6    |
| b. Proses Keputusan Pembelian .....                         | 7    |
| c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..... | 8    |
| d. Indikator pengambilan keputusan membeli.....             | 9    |
| 2. Produk .....   | 10   |
| a. Pengertian Produk .....                                  | 10   |
| b. Macam-macam Kualitas Produk.....                         | 10   |
| c. Manfaat Kualitas Produk.....                             | 11   |
| d. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....     | 11   |
| e. Indikator Kualitas Produk.....                           | 12   |
| 3. Harga.....   | 13   |
| a. Pengertian Harga.....                                    | 13   |
| b. Tujuan Penetapan Harga.....                              | 13   |
| c. Macam-macam Harga .....                                  | 14   |

|  |   |           |
|--|---|-----------|
| d.                                     | Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga ..... | 15        |
| e.                                     | Indikator harga .....                       | 16        |
| 4.                                     | Promosi .....                               | 16        |
| a.                                     | Pengertian Promosi .....                    | 16        |
| b.                                     | Tujuan Promosi .....                        | 17        |
| c.                                     | Macam-macam Promosi .....                   | 17        |
| d.                                     | Indikator Promosi .....                     | 19        |
| B.                                     | Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....     | 20        |
| C.                                     | Kerangka berpikir .....                     | 25        |
| D.                                     | Kerangka Konseptual .....                   | 27        |
| E.                                     | Hipotesis .....                             | 29        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b> |   | <b>30</b> |
| A.                                     | Variabel Penelitian .....                   | 30        |
| 1.                                     | Identifikasi Variabel Penelitian .....      | 30        |
| 2.                                     | Definisi Operasional Variabel .....         | 31        |
| B.                                     | Pendekatan dan Teknik Penelitian .....      | 32        |
| 1.                                     | Pendekatan Penelitian .....                 | 32        |
| 2.                                     | Teknik Penelitian .....                     | 32        |
| C.                                     | Tempat dan Waktu Penelitian .....           | 33        |
| 1.                                     | Tempat Penelitian .....                     | 33        |
| 2.                                     | Waktu Penelitian .....                      | 33        |
| D.                                     | Populasi dan Sampel .....                   | 34        |
| 1.                                     | Populasi .....                              | 34        |
| 2.                                     | Sampel .....                                | 35        |
| E.                                     | Instrumen Penelitian .....                  | 36        |
| 1.                                     | Pengembangan Instrumen .....                | 36        |
| 2.                                     | Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....  | 39        |
| F.                                     | Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....    | 41        |
| 1.                                     | Sumber Data .....                           | 41        |
| 2.                                     | Teknik Pengumpulan Data .....               | 41        |
| G.                                     | Uji Asumsi Klasik .....                     | 42        |
| 1.                                     | Uji Normalitas .....                        | 42        |
| 2.                                     | Uji Multikolinieritas .....                 | 43        |
| 3.                                     | Uji Heteroskedastisitas .....               | 43        |
| 4.                                     | Uji Linieritas .....                        | 44        |
| H.                                     | Teknik Analisis Data .....                  | 44        |
| 1.                                     | Analisis Statistik Deskriptif .....         | 44        |
| 2.                                     | Analisis Regresi Linier Berganda .....      | 45        |
| 3.                                     | Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....   | 46        |

|   |    |
|---|----|
| I. Uji Hipotesis .....  | 46 |
| 1. Uji t .....  | 46 |
| 2. Uji F .....  | 47 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                  | 49 |
| A. Gambaran Umum Subjek Penelitian .....                      | 49 |
| 1. Sejarah Perusahaan .....                                   | 49 |
| 2. Karakteristik Responden .....                              | 50 |
| B. Deskripsi Data Penelitian .....                            | 52 |
| 1. Deskripsi Data Variabel Produk .....                       | 53 |
| 2. Deskripsi Data Variabel Harga .....                        | 54 |
| 3. Deskripsi Data Variabel Promosi .....                      | 55 |
| 4. Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian .....          | 57 |
| C. Analisis Data .....  | 58 |
| 1. Pengujian Asumsi Klasik .....                              | 58 |
| 2. Analisis Regresi Linier Berganda .....                     | 63 |
| 3. Uji Koefisien Determinasi ( $\text{adjusted } R^2$ ) ..... | 66 |
| 4. Uji Hipotesis .....  | 67 |
| D. Pembahasan .....   | 70 |
| BAB V PENUTUP .....   | 73 |
| A. Kesimpulan .....   | 73 |
| B. Saran .....  | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA .....  | 76 |
| LAMPIRAN .....  | 81 |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Gambar</b>  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| 2.1 : Kerangka Konseptual.....                                       | 28             |
| 4.1 : Hasil Uji Normal <i>Probability Plots</i> .....                | 60             |
| 4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik <i>Scatterplots</i> ..... | 63             |

## DAFTAR TABEL

| <b>Tabel</b>   | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| 2.1 : Penelitian Terdahulu .....                             | 22             |
| 3.1 : Definisi Operasional .....                             | 38             |
| 3.2 : Pernyataan Berdasarkan Karakteristik Responden .....   | 36             |
| 3.3 : Instrumen Skala Likert.....                            | 37             |
| 3.4 : Hasil Uji Validitas .....                              | 39             |
| 3.5 : Hasil Uji Reliabilitas .....                           | 40             |
| 4.1 : Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....       | 51             |
| 4.2 : Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....                | 51             |
| 4.3 : Jumlah Responden Berdasarkan Melakukan Pembelian ..... | 52             |
| 4.4 : Deskripsi Data Variabel Produk .....                   | 53             |
| 4.5 : Deskripsi Data Variabel Harga.....                     | 54             |
| 4.6 : Deskripsi Data Variabel Promosi .....                  | 55             |
| 4.7 : Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian.....       | 56             |
| 4.8 : Hasil Uji Linieritas.....                              | 57             |
| 4.9 : Hasil Uji Multikolinieritas .....                      | 61             |
| 4.10 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....           | 64             |
| 4.11 : Hasil Adjusted R <sup>2</sup> .....                   | 66             |
| 4.12 : Hasil Uji-t (Parsial) .....                           | 68             |
| 4.13 : Hasil Uji-F (Simultan) .....                          | 69             |

## DAFTAR LAMPIRAN

| <b>Lampiran</b>                          | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| 1 : Instrumen Penelitian .....           | 82             |
| 2 : Tabulasi Data Penelitian .....       | 86             |
| 3 : Output SPSS.....                     | 91             |
| 4 : Surat Izin Penelitian.....           | 109            |
| 5 : Berita Acara Kemajuan Bimbingan..... | 110            |
| 6 : Dokumentasi .....                    | 112            |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Persaingan yang ketat terjadi di berbagai sektor usaha, termasuk industri kuliner. Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi, sehingga menjadikan bisnis kuliner menjadi trendi di kalangan masyarakat Indonesia. Peluang tersebut dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk terjun di industri kuliner, berlomba-lomba memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang ditawarkan. Hal ini menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis kuliner semakin ketat sehingga mengakibatkan semakin beragamnya pilihan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Dampaknya, konsumen menjadi lebih cerdas dalam mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, perkembangan kafe saat ini terjadi sebagai jawaban atas permintaan konsumen.

Pada era ini perkembangan kafe di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pesatnya pertumbuhan restoran tidak hanya terjadi di kota-kota besar, namun juga merambah ke kota-kota kecil. Saat ini, kafe telah mengalami perkembangan menjadi lebih dari sekadar tempat makan dan minum, tetapi juga menjadi tempat yang digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat untuk menghilangkan stres. Dengan pesatnya kemajuan dalam industri kafe, kita sudah akrab dengan persaingan yang ketat. Kafe ini berupaya menghadirkan produk-produk terbaiknya, dengan tujuan membangun kepercayaan di kalangan konsumen. Banyak pengusaha atau individu dengan

modal mencoba terlibat dalam bisnis kafe. Salah satu contohnya adalah Alodie Cafe yang terletak di kota Kediri. Namun demikian, diperlukan analisis mengenai faktor-faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh kualitas produk. Kualitas produk dapat dikonseptualisasikan sebagai atribut suatu produk dalam kaitannya dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

Keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk mungkin dipengaruhi oleh persepsinya terhadap kualitas produk tersebut. Karakteristik dan citarasa keseluruhan suatu produk mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang tersurat maupun tersirat. Atribut-atribut tersebut diwujudkan secara langsung atau tatap muka antara penjual dan calon konsumen pada saat presentasi produk, dan juga dapat memberikan penjelasan mengenai kualitas produk. Pentingnya bagi konsumen untuk mengevaluasi kualitas suatu produk sebelum melakukan transaksi pembelian. Hal ini dapat dicapai dengan membaca ulasan yang diberikan oleh mereka yang sebelumnya telah membeli produk tersebut, sehingga memperoleh wawasan tentang kualitasnya. Akibatnya fenomena tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Nurfadhillah et al., 2023).

Dalam usaha pemasaran produk, penting untuk memperhatikan cara menyampaikan pesan kepada calon pembeli. Pemasar harus memperhatikan empat aspek utama, yaitu isi pesan (apa yang harus dikatakan), struktur pesan (cara logis pengungkapan), bentuk pesan (penggunaan simbol-simbol), dan

sumber pesan (siapa yang menyampaikannya) (M. Anang, 2019). Tindakan ini dilakukan dengan tujuan memperkenalkan produk kepada konsumen, sehingga konsumen dapat memperoleh pengetahuan mengenai keunggulan produk yang akan mereka beli.

Faktor harga memegang peranan penting dalam menentukan kelayakan suatu produk, karena mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen ketika mempertimbangkan suatu pembelian. Harga memiliki efek positif terhadap tingkat pembelian sebuah kafe. Jika harga yang ditawarkan suatu kafe terjangkau maka besar kemungkinan konsumen akan kembali mengunjungi kafetersebut. Selanjutnya, jika harga yang ditawarkan menunjukkan kisaran yang beragam, konsumen mempunyai kebebasan dalam memilih dan menentukan keputusan pembeliannya di kafe tersebut (Yusra dan Nanda 2020),

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui apakah ada hubungan kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sehingga peneliti memilih judul **“Analisis Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Alodie Caffe Kediri”**

## **B. Identifikasi masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka didapatkan identifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

- 1.) Konsumen kurang tertarik untuk membeli produk yang terdapat pada Alodie Caffe Kediri.
- 2.) Kualitas Produk yang dihasilkan pada Alodie Caffe Kediri kurang berkualitas.
- 3.) Harga produk yang dijual oleh Alodie Caffe Kediri apakah cocok dengan

kualitas produk yang dihasilkan.

- 4.) Promosi yang terdapat pada Alodie Caffé Kediri dapat membuat konsumen Alodie Caffé Kediri tertarik.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi masalah penelitian pada faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian ditinjau dari kualitas produk, harga dan promosi.

### **D. Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh signifikan produk terhadap Keputusan Pembelian di Alodie Caffé Kediri?
2. Apakah ada pengaruh signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Alodie Caffé Kediri?
3. Apakah ada pengaruh signifikan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Alodie Caffé Kediri?
4. Apakah ada pengaruh signifikan Produk, Harga, dan Promosi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di Alodie Caffé Kediri?

### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian di Alodie Caffé Kediri
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Alodie Caffé Kediri
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Alodie Caffé Kediri
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Produk, Harga, dan

Promosi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di Alodie Caffe Kediri.

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Manfaat Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan dan mengkonfirmasi teori manajemen pemasaran, khususnya mengenai hubungan kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap keputusan pelanggan.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Alodie Caffe Kediri

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan berupa saran dan informasi bagi cafe terutama pada bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai hubungan kualitas produk, harga, dan pemasaran terhadap keputusan pembelian.

#### b. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan memberikan gambaran secara obyektif terkait dengan kualitas produk, harga, dan pemasaran terhadap keputusan pembelian di Alodie Caffe Kediri.

#### c. Bagi Karyawan

Sebagai bahan referensi serta tambahan ilmu dan wawasan mengenai kualitas produk, harga, dan pemasaran agar daya beli konsumen meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>
- Ali, K. (2017). PENGARUH PROMOSI DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN EKASAVE PADA BANK EKA KANTOR PUSAT METRO. *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, 11(1), 36–44.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapannya Dalam Penelitian. *Education Journal*, 2(2), 1–6.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Asrizal, & Syah, A. S. (2022). ANALISIS TAHAP–TAHAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP( Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat ). *Menara Ekonomi*, VIII(1), 1–7.
- Basar, K., Zulher, Z., & Azhari, A. (2021). the Influence of Prices, Products and Distribution on Rubber Vinnegar Purchase Decisions At Ud. Bulan Bintang Ranah Air Tiris Village. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 3(1), 137–148. <https://doi.org/10.55768/jrmi.v3i1.74>
- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>

- Fairliantina, E., & Paniroi, J. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di denny's restoran Senayan City. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 3923–3932. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i9.1573>
- Faozi, I., & Handayani, S. (2019). Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 47, 44–52. <https://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/view/354>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian 2021*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Hartadi, N., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Tanjung Uncang Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), . 34-43.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 21(1), 1–8.
- M. Anang, F. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August, 143–144.
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Muslimah, J., & Rahmaningtyas, W. (2019). Pengaruh Tata Ruang Kantor, Penataan Arsip, Fasilitas Kantor, dan Kompetensi Pegawai Terhadap Peningkatan

- Kualitas Pelayanan Ketatausahaan. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 1–14. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35007>
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi* : 59, 59, 290572.  
<http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php>
- Natoen, A., AR, S., Satriawan, I., & Periansya. (2018). Faktor-Faktor Demografi Yang Berdampak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan (UMKM) Di Kota Palembang. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 2(2), 101–115.
- Nurfadhillah, S., Ningsih, D. A., Ramadhania, P. R., & Sifa, U. N. (2023). PERANAN MEDIA PEMBELAJARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELAJAR SISWA SD NEGERI KOHOD III. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188.
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–12.  
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/717>
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk ( Literatul Reviwe Perilaku Konsumen ). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 522–529.
- Rokhmad, O., & Wahyuningsih, S. (2019). *Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja*. 51–58.
- Romadon, A. S., Meirisa, ) ;, Pramusinto, A., Salwa, ) ;, & Kamelia<sup>3</sup>, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 672–682.
- Saifun, M. S. (2019). *Pengaruh NPL, LDR, ROA, NIM, dan CAR Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Bank Umum Konvensional yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2017)*.

- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). *Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura*. 21.
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Sudarnice, Titing, A. S., & Sriwahyuni, E. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Vivo (Studi Kasus pada Ziola Aneka Jaya Kolaka). *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 21–28. <https://doi.org/10.24269/asset.v5i1.4817>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D (Kedua). In *Alfabeta* (Vol. 3, Issue 2).
- Sugiyono. (2021a). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan). In *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Sugiyono. (2021b). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, dan Penelitian Pendidikan). *Alfabeta*.
- Tolan, M. S. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita ( Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado ). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Widyana, S. F., & Naufal, A. D. (2018). Analisis Kualitas Operasional Produksi (Survei Terhadap PT Aerofood Indonesia ). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 8(1), 430–439.
- Yolanda, & Wijanarko, D. H. (2018). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MEREK AQUA SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP CITRA MEREK DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BOROBUDUR. *JURNALMANAJEMEN*, 6, 88–108.
- Yusra, I., & Nanda, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N'Poll Di Kota

Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 161. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.173>

Yusra, Z., Zulkarnain, R., & Sofino, S. (2021). Pengelolaan Lkp Pada MasaPendmik Covid-19. *Journal Of Lifelong Learning*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>