

**PERAN PENETAPAN HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
KEDAI KOPI 66 SELOPANGGUNG KEDIRI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)  
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

**FITRIA NURHALIMAH**

NPM: 19.1.02.02.0029

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh:

**FITRIA NURHALIMAH**  
NPM: 19.1.02.02.0029

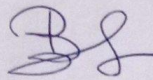
Judul:

**PERAN PENETAPAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI  
KOPI 66 SELOPANGGUNG KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada  
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

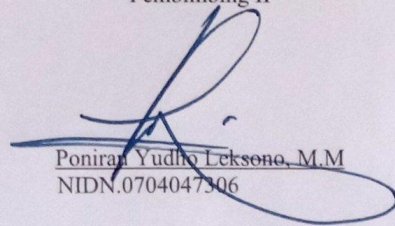
Tanggal: 05 Juli 2024

Pembimbing I



Dr.M. Bambang Agus Sumantri, M.M  
NIDN.0730088001

Pembimbing II



Poniran Yudho Leksono, M.M  
NIDN.0704047306

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh:

**FITRIA NURHALIMAH**  
NPM: 19.1.02.02.0029

Judul:

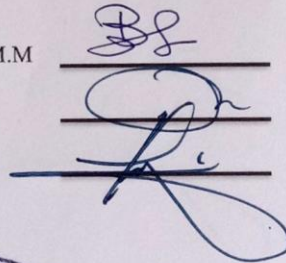
**PERAN PENETAPAN HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI  
KOPI 66 SELOPANGGUNG KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal: 11 Juli 2024

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

1. Ketua : Dr.M. Bambang Agus Sumantri, M.M
2. Penguji I : Basthoumi Muslih, M.M
3. Penguji II : Poniran Yudho Leksono, M.M



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

HALAMAN PERNYATAAN

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Fitria Nurhalimah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tgl.lahir : Kediri, 28 Januari 2001  
NPM : 19.1.02.02.0029  
Fak : 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 diterbitkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 11 Juli 2024  
Yang Menyatakan



FITRIA NURHALIMAH  
NPM. 19.1.02.02.0029

MOTTO :

“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi sering ketakutanlah yang membuat jadi sulit”.

(Joko Widodo)

Kupersembahkan karya ini buat:

*“Kedua orang tua tercinta, sahabat dan teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini”*

## ABSTRAK

**Fitria Nurhalimah:** Peran Penetapan Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP KEDIRI, 2024.

*Kata Kunci: Penetapan Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.*

Seiring perkembangan bisnis kuliner yang semakin meningkat saat ini maka berdampak pada persaingan bisnis yang ketat antar pelaku usaha. Persaingan bisnis menuntut pengusaha harus mampu bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan supaya mampu bersaing dengan pengusaha lain. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis (1) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri (2) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri (4) Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kedai Kopi 66 yang berkunjung minimal dua kali. Responden dalam penelitian ini adalah 40 orang dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Dan dianalisis dengan Regresi Linier Berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 23. Simpulan dari penelitian ini adalah (1) Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri (2) Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri (3) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri (4) Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul **“Peran Penetapan Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri”** ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa
2. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
3. Bu Restin Meilina, S.E, M.M., selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
4. Bapak Dr.M. Bambang Agus Sumantri, M.M., selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Poniran Yudho Leksono, M.M., selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
6. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis, baik dari sisi moril maupun materiel.
7. Saudara-saudaraku yang tak kalah penting kehadirannya, **Mbak Anis dan Mbak Ayu**. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi dalam proses karya tulis ini baik tenaga maupun waktu untuk penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah dan mengajarkan arti kesabaran.
8. Sahabat-sahabatku tercinta, **Tiyas dan Fransisca** yang selalu membantu, memberi semangat, dukungan serta doa terbaiknya.
9. Semua pihak yang tidak tercantum namanya saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas penyelesaian tugas akhir ini.

10. Diri saya sendiri **Fitria Nurhalimah**, atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir ini. Terimakasih sudah kuat sejauh ini, semoga tetap rendah hati karena perjuangan mewujudkan cita-cita baru dimulai.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri,

**FITRIA NURHALIMAH**  
NPM.19.1.02.02.0029



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat Penelitian.....	10

### BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori.....	13
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....	27
C. Kerangka Berpikir.....	29
D. Kerangka Konseptual .....	32
E. Hipotesis .....	33

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian .....	34
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian .....	42
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
D. Populasi dan Sampel.....	43
E. Instrumen Penelitian .....	44
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
G. Teknik Analisis Data. ....	49

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	56
B. Deskripsi Data Variabel. ....	61
C. Analisis Data.....	67
D. Pengujian Hipotesis. ....	74
E. Pembahasan.....	77

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan.....	80
B. Saran.....	81

Daftar Pustaka.....	84
---------------------	----

Lampiran-lampiran

## DAFTAR TABEL

1.1 : Perbedaan Kedai Kopi 66,View Forest, Wanus .....	6
2.1 : Penelitian Terdahulu.....	27
3.1 : Kisi-kisi Kuesioner Penelitian .....	45
3.2 : Penelitian Skala Likert .....	46
4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
4.4 : Deskripsi Variabel Harga.....	62
4.5 : Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	63
4.6 : Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	65
4.7 : Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	66
4.8 : Hasil Uji Multikolinearitas .....	70
4.9 : Hasil Regresi Linear Berganda .....	72
4.10 : KoefisienDeterminasi.....	73
4.11 : Hasil Uji T.....	74
4.12 : Hasil Uji F.....	76

## DAFTAR GAMBAR

2.1	: Kerangka Konseptual.....	32
4.1	: Struktur Organisasi.....	59
4.2	: Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram .....	68
4.3	: Hasil Uji Normalitas Normal Probability Plot .....	69
4.4	: Grafik Scaterplots.....	71

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring perkembangan ekonomi di Indonesia telah menuju ke arah yang lebih baik, sejalan dengan perkembangan bisnis kuliner yang semakin meningkat saat ini. Berdasarkan data Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) yang dipublikasikan pada 10 Maret 2024 memprediksikan bahwa pertumbuhan industri kuliner mampu tumbuh hingga tujuh persen yang didorong salah satunya oleh pertumbuhan kelas menengah atau sekitar 53 juta jiwa. Perkembangan bisnis ini membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia bisnis saat ini. Setiap perusahaan senantiasa menghadapi perubahan lingkungan pasar, persaingan bisnis yang cepat dan sangat dinamis, penuh ketidakpastian dan kompleksitas, serta risiko kegagalan bisnis yang tinggi. Di samping itu, banyaknya bisnis kuliner yang bermunculan baik bisnis kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar pelaku usaha, terutama persaingan yang berasal dari usaha yang sejenis.

Salah satu bisnis yang sedang berkembang adalah bisnis kedai kopi atau *coffee shop*. Kedai kopi merupakan tempat usaha yang tidak hanya menjual kopi, tetapi juga berbagai macam minuman panas atau dingin hingga makanan ringan sebagai teman ngopi. Perkembangan kedai kopi di Indonesia terlihat dari semakin banyaknya kedai kopi baru. Menurut Ketua Apkrindo (Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia) Jawa Timur

TJahjono Haryono, mengatakan bahwa kondisi pengusaha kedai kopi dan restoran saat ini akan lebih baik dibandingkan 2019, sejak 2019 hingga sekarang sektor makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang signifikan. Selain itu, potensi masa depan industri kedai kopi di Jawa Timur juga sangat besar dengan *tren* pertumbuhan kedai kopi yang berbasis kopi meningkat sebesar 16-18% per tahun.

Kedai kopi ini tidak pernah kehabisan peminat khususnya di kalangan remaja. Berdasarkan data riset yang dilakukan oleh tim Snapcart hasil observasinya menyatakan bahwa di 2023 masyarakat Indonesia 79% adalah peminum kopi dan kebanyakan di antara mereka minum kopi setiap hari. Kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern, banyak orang pergi ke kedai kopi bukan hanya ingin mencicipi kopi yang dijual namun juga untuk menghabiskan waktu dan bersantai dengan teman, saudara, rekan-rekannya maupun dengan keluarga (Wijayati et al., 2019). Banyaknya usaha kedai kopi yang bermunculan maka tidak dipungkiri akan berdampak pada persaingan ketat antar pelaku usaha terutama dari usaha yang sejenis. Pengusaha dituntut untuk meningkatkan kualitas dan strategi pemasaran mereka dengan melakukan perkembangan dan perubahan dalam bisnisnya.

Seiring mengikuti perkembangan, pelaku usaha dituntut untuk memberikan harga dan kualitas produk yang dijual sesuai dengan masyarakat. Dengan hal tersebut akan membuat masyarakat merasa puas. Disamping itu konsumen memiliki kebebasan juga dalam hal memilih

produk yang ditawarkan, untuk itu kedai kopi memerlukan strategi dengan tujuan mencapai keunggulan bersaing dan memerlukan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian.

Keputusan pembelian adalah perilaku yang mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga yang membeli jasa maupun produk untuk dikonsumsi secara pribadi. Selain itu, keputusan pembelian dapat diartikan sebagai proses pemilihan dan penilaian dari berbagai alternatif pilihan sesuai dengan kepentingan dengan menetapkan pilihan tersebut karena dianggap lebih menguntungkan dibandingkan alternatif lain.

Menurut Tjiptono (2019:21) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Keputusan pembelian setiap orang terhadap suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka membandingkan satu produk dengan produk lainnya dan memberi perhatian lebih pada produk yang memiliki manfaat lebih banyak. Hal ini dikarenakan dalam mencari suatu produk, konsumen tidak hanya ingin

memenuhi kebutuhannya, tetapi juga kepuasannya yang akan mempengaruhi keputusan pembeliannya.

Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Secara sederhana harga merupakan ukuran nilai yang ditukarkan pelanggan membeli suatu penawaran. Menurut Kotler (2019:131), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Sedangkan menurut Limakrisna dan Purba (2017:72), harga dalam arti luas tidak hanya sejumlah uang yang diserahkan kepada penjual untuk mendapatkan barang yang dibeli akan tetapi juga meliputi hal-hal diluar seperti waktu, usaha (pencarian), risiko psikologis, tambahan pengeluaran untuk jaminan (membayar asuransi). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani & Hanafia (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain harga, faktor lain yang mempengaruhi yaitu kualitas produk. Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan seperti durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Menurut Maramis (2018:18) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan



durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Sedangkan Kotler dan Keller (2017:121) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Hasil penelitian Anggraeni & Soliha (2020) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain harga dan kualitas produk, kualitas pelayanan juga mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas pelayanan atau *service quality* adalah tingkat keunggulan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumen/pelanggan atau penerima layanan. Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan Kasmir (2017:47) kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Hasil penelitian Rahayu & Ningsih (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pertumbuhan ekonomi di wilayah Kabupaten Kediri semakin meningkat saat ini, terbukti dimulai sejak 2021 sampai sekarang ini subsektor kuliner di wilayah Kabupaten Kediri berkembang pesat dan berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Selain

bertumbuhnya tempat makan dan restoran, juga banyak bermunculan kedai kopi baru, baik di wilayah Kabupaten Kediri Maupun Kota Kediri. Saat ini banyak ditemui kedai-kedai kopi baru di wilayah Kabupaten Kediri seperti View Forest Cafe, Warung Pinus (Wanus), Cafe Prongos, ZAF cafe, dan masih banyak lagi. Selain itu di wilayah Kota Kediri seperti Kedai kopi Papringan, Kedai kopi Kongcha, Warkop Sopo, dan masih banyak lagi.

Berikut merupakan kafe yang berada di wilayah Kabupaten Kediri terutama di Selopanggung. Dari observasi awal penulis menemukan perbedaan pada ketiga kafe tersebut. Perbedaan kafe tersebut dapat diringkas sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Perbedaan Kedai Kopi 66, View Fores Cafe dan Warung Pinus (Wanus)**

No.	Kualifikasi	Kedai Kopi 66	View Forest Cafe	Warung Pinus (Wanus)
1.	Harga	5.000-25.000	5.000-15.000	5.000-12.000
2.	Kualitas Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Makanan berat</li> <li>- Makanan ringan (camilan)</li> <li>- Gazebo</li> <li>- Live music</li> <li>- Tempat parkir</li> <li>- Toilet</li> <li>- Mushola</li> <li>- Souvenir</li> <li>- Spot foto</li> <li>- Camping ground</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Makanan berat</li> <li>- Makanan ringan</li> <li>- Spot foto</li> <li>- Gazebo</li> <li>- Wifi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Makanan berat</li> <li>- Makanan ringan</li> <li>- Gazebo</li> <li>- Spot foto</li> <li>- Toilet</li> <li>- Wifi</li> </ul>
3.	Kualitas Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ramah</li> <li>- Lama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ramah</li> <li>- Lama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ramah</li> <li>- Lama</li> </ul>

Sumber: Data observasi masing-masing, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 diperoleh data bahwa Kedai Kopi 66 mempunyai lebih banyak fasilitas dibandingkan dengan View Forest Cafe dan Warung Pinus (Wanus).

Objek penelitian ini adalah Kedai Kopi 66. Alasan penulis memilih Kedai Kopi 66 sebagai tempat penelitian yaitu Kedai Kopi 66 merupakan pelopor kedai kopi hutan pinus yang ada di Kediri yang dibangun dengan mengusung konsep outdoor yang bagus seperti tempat wisata. Salah satu hal menarik dari Kedai Kopi 66 ini ialah letaknya berada di kawasan hutan pinus di kaki Gunung Wilis, tepatnya di Dusun Tunggul Sunnah, Desa Selopanggung, Kecamatan Semen, Kediri, Jawa Timur.

Kedai Kopi 66 mengalami penurunan penjualan. Hal ini disebabkan oleh harga yang diberikan oleh Kedai Kopi 66 masih kalah saing dengan harga produk pada kedai lain di sekitarnya dan pelayanannya yang masih kurang baik serta kualitas produk yang menurun menjadikan permasalahan yang ada di Kedai Kopi 66 saat ini. Maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Peran Penetapan Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, perlu adanya identifikasi masalah penelitian agar penelitian yang dilakukan memiliki ruang lingkup yang jelas. Terdapat beberapa masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Banyaknya kedai kopi yang tumbuh di Kediri untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga terjadi persaingan harga antar kedai kopi dalam mendapatkan konsumen.
2. Banyaknya konsumen yang melakukan pembelian produk dengan mempertimbangkan kualitas dari produk yang dihasilkan.
3. Jumlah konsumen yang tiap hari terus bertambah namun kualitas pelayanan di Kedai Kopi 66 menjadi kurang optimal.
4. Perkembangan kedai kopi yang semakin pesat menyebabkan timbulnya persaingan yang ketat antar kedai kopi demi menarik minat beli konsumen sehingga Kedai Kopi 66 mengalami penurunan penjualan.

### **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang di angkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu penulis membatasi diri dengan hanya berkaitan dengan:

1. Banyaknya kedai kopi yang tumbuh membuat persaingan harga antar kedai kopi.
2. Kualitas produk yang perlu dimaksimalkan untuk meningkatkan keputusan pembelian.
3. Pelayanan yang perlu dioptimalkan.
4. Ketatnya persaingan bisnis kedai kopi membuat tingkat penjualan dan tingkat konsumen menurun.

5. Karakteristik responden pada penelitian ini adalah konsumen yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang berusia antara 17 sampai 40 tahun yang pernah berkunjung ke Kedai Kopi 66 minimal dua kali.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri?
2. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri?
3. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri?
4. Apakah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri

3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri
4. Untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi 66 Selopanggung Kediri

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik bagi peneliti, perusahaan, dan peneliti selanjutnya sehingga peneliti mengharapkan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Memberikan wawasan tentang harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa, terdapat 4 indikator harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga.
  - b. Memberikan wawasan lebih dalam tentang kualitas produk. Kualitas produk menurut Tjiptono (2019:312) adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, yang meliputi daya tahan secara keseluruhan, keandalan, keakuratan, kemudahan pengoperasian dan karakteristik produk lainnya.

- c. Memberikan wawasan lebih tentang kualitas pelayanan. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:244) kualitas pelayanan adalah suatu bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tanpa kepemilikan.
- d. Memberikan wawasan tentang keputusan pembelian. Keputusan Pembelian menurut Tjiptono (2019:21) adalah suatu proses dimana konsumen mengenali suatu masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi sejauh mana setiap alternatif dapat menyelesaikan masalah tersebut, sehingga mengarah pada keputusan untuk membeli.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini untuk membandingkan pengetahuan teori dengan kenyataan yang ada di dalam praktik, sehingga dapat diketahui sejauh mana pengetahuan teori dapat diterapkan dalam praktik.

- a. Dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam menyikapi harga terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi 66
- b. Memberikan gambaran tentang kualitas produk. Kualitas produk harus ditingkatkan karena peningkatan kualitas produk bisa membuat konsumen merasa puas dengan produk yang diberikan dan akan mempengaruhi konsumen untuk membeli kembali produk tersebut.

- c. Memberikan gambaran tentang pelayanan yang terbaik. Sebab dengan memberikan pelayanan yang baik, maka konsumen akan merasa puas sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap Kedai Kopi 66.
- d. Dapat memberi masukan atau usulan perbaikan berkelanjutan yang berguna untuk memperbaiki kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk menentukan keputusan pembelian saat ini di Kedai Kopi 66.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Azizah, S., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan di Instagram, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kanz Coffee & Eatery). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 348–359. <http://journalfeb.unla.ac.id/index.php/almana/article/view/506>
- Budi D. Soebakir, & Roring, B. L. F. (2018). Pengaruh Brand, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Di Kedai Kopi Gudang Imaji Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3843–3852.
- Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok. *Ikraith-Ekonomika*, 5(1), 31–38.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antarkita Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>
- Kusdharmadi, M. & Muhammad, Meisya. 2024. Industri Kuliner Diprediksi Tumbuh 7 Persen di 2024. Diakses pada 24 Mei 2024 dari <https://m.jpnn.com/news/industri-kuliner-diprediksi-tumbuh-7-persen-di-2024>.
- Kotler, Philip, Armstrong. 2017. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2018). Prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2019). Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. Marketing Manajement, 15th Edition New

Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Musika, Yoga A. 2023. Data Konsumsi Kopi Di Indonesia 2023 Referensi Bisnis. Diakses 24 Mei 2024 dari <https://ottencoffee.co.id/majalah/data-konsumsi-kopi-di-indonesia-tahun-2023>
- Nurfeni Agustin, L. (2022). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI KOPI UENO KOTA MADIUN. September.*
- Nordiansyah, E. 2024. 2024 Bawa Angin Segar bagi Pelaku Bisnis Kafe dan Restoran. Diakses pada 24 Mei 2024 dari <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/zNAOrgZN-2024-bawa-angin-segar-bagi-pelaku-bisnis-kafe-dan-restoran>
- Oktaviani, I., & Hanafia, F. (2022). Pengaruh Ewom, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Jevera Coffee and Eatery. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 282–297. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.4122>
- Putra, A. P., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Coffee Culture Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1349-1355.
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Citra Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
- Putri, S. T. O., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop pada Kedai Kopi Anaqi Di Kabupaten Subang. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 906. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.564>
- Rahayu, M., & Ningsih, R. (2022). *Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi*. 22(3), 281–291.
- Saputra, R. A., Widarko, A., & Rizal, M. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada pelanggan kedai Aj Coffee Sidayu di Kota Gresik). *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 82–94. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

- Sumantri, B. A., Adawiyah, W. R., & Banani, A. (2023). Analysis Of Dynamic Capability Of Managers During The Covid-19 Pandemic Cooperative Village Units In The Mataraman Region, East Java. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 8(1), 191-200. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v8i1.19757>
- Susanti, R. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Sharing Karanganyar. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 22(03).
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2019. "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyu, M., Heriyanto, & Nurfitriani. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Coffee Toffee Di Kota Samarinda*. 1–10.
- Widarti, Peni. 2019. Pertumbuhan Kafe Berbasis Kopi Jatim Mencapai 18 Persen Setahun. Diakses 24 Mei 2024 dari <https://surabaya.bisnis.com/read/20191001/531/1154444/pertumbuhan-kafe-berbasis-kopi-jatim-mencapai-18-persen-setahun>.