

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI DI THREEBURN *COFFEE AND*
STORE KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat –Syarat Guna
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis**



Diajukan oleh:

Sherli Hummairah

1901110076

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2023

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Sherli Hummairah

Nomor pokok / NIPM: 1901110076

Jurusan/ Prog. Studi : Ekonomi/Manajemen

Jenjang Pendidikan : Strata 1

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOPI DI THREEBURN COFFEE AND
STORE KOTA PALEMBANG.**

Pembimbing Skripsi

Tanggal : 13/1/2023 Pembimbing I: Kartawinata, SE., M.Si
NIDN : 0214125901

Tanggal : 13/1/2023 Pembimbing II: Kamariah, SE, MM
NIDN : 0221075802

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tanggal :



Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak. CA. CSRS

NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal:



Mariyam Zanariah, S.E., M.M

NIDN : 0222096301

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sherli Hummairah
Nomor Pokok/NPM : 1901110076
Jurusan/Prog. Studi : Ekonomi/Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI DI THREEBURN COFFEE AND STORE KOTA PALEMBANG

Penguji Skripsi:
Tanggal.....^{13/04/2023} Ketua Penguji :  Kartawinata, SE., M.Si
NIDN: 0214125901

Tanggal.....^{13/04/2023} Penguji 1 :  Kamariah, SE,MM
NIDN: 0221075802

Tanggal.....^{12/4-2023} Penguji II :  Hasyunah, SE,MM
NIDN: 0207126001

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi

Tanggal.....

Tanggal.....




Mariyam Zanariah, SE,MM
NIDN: 0222096301



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Tidak ada satu pun perjuangan yang tidak melelahkan. “Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar, yaitu yang ketika ditimpa musibah mereka mengucapkan: sungguh kita semua ini milik Allah dan sungguh kepada-Nya lah kita kembali”

(QSBAI-Baqarah: 155-156)

Persembahan :

Skripsi ini Kupersembahkan kepada :

- ❖ Allah SWT**
- ❖ Mama dan Papa tercinta**
- ❖ Saudara-saudara dan keluargaku**
- ❖ Dosen Pembimbing Skripsiku Bapak Kartawinata dan Ibu Kamariah**
- ❖ Sahabat Almamaterku Rinda Antika, Siti Hawa, dan Mo Squad**
- ❖ Sahabat-sahabat terbaikku**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sherli Hummairah

Nomor Pokok : 1901110076

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : S.1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi di *Threeburn Coffee and Store* Kota Palembang”, adalah benar hasil karya saya sendiri yang ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, April 2023


Sherli Hummairah

KATA PENGANTAR

AssalammualaikumWr.Wb

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada peneliti, sehingga proposal yang berjudul:“Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Di Threeburn *Coffee And Store* Kota Palembang” dapat diselesaikan dengan baik. Proposal ini disusun untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

Penyelesaian proposal ini tidak terlepas dari kontribusi banyak pihak yang telah member dukungan dan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj Manisah, MP. Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE., MSi. AK. CA. CSRS, selaku Dekan Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Dr. M Ima Andriyani, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
4. Ibu Mariyam Zanariah, SE.,MM, selaku Ketua Program Studi Universitas Tidinanti Palembang.
5. Bapak Kartawinata, SE.,M.Si dan Ibu Kamariah, SE,MM selaku pembimbing I dan Pembimbing II yang dengan ikhlas dan sabar dalam membimbing saya untuk menyelesaikan laporan proposal skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas

Tridinanti Palembang yang telah memberikan ilmu selama ini.

7. Pimpinan serta seluruh pegawai *Threeburn Coffee and Store* Kota Palembang yang telah memberikan izin kepada peneliti melaksanakan penelitian dan membantu peneliti dalam memperoleh data yang peneliti perlukan.
8. Kedua Orang tua dan keluarga besar saya yang telah mendukung dan memberikando'a restu.
9. Teman-teman yang sudah sangat berpartisipasi memberikan semangat.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyusun laporan ini dan mohon maaf atas segala bentuk kekurangan yang ada. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Dan mudah-mudahan amal baik dan bantuan yang telah diberikan mendapat pahala yang melimpah dari Allah SWT.

WassalamualaikumWr.Wb

Palembang, April 2023

Sherli Hummairah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teoritis.....	10
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2. Harga	15
2.1.3. Indikator Harga	16
2.1.4. Penetapan Harga.....	18
2.1.5 Tujuan Penetapan Harga.....	18
2.1.6. Strategi Penetapan Harga	29
2.1.7. Metode Penetapan Harga.....	29

2.1.8. Lokasi	37
2.1.9. Indikator Lokasi	38
2.1.10. Faktor Yang Menentukan Lokasi	40
2.1.11. Kualitas Produk	43
2.1.12. Indikator Kualitas Produk	46
2.1.13. Keputusan Pembelian	47
2.1.14. Proses Keputusan Pembelian	49
2.1.15. Indikator Keputusan Pembelian	51
2.2. Penelitian Lain Yang Relevan	52
2.3. Kerangka Berfikir	55
2.4. Hipotesis Penelitian	58
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	59
3.1.1 Tempat Penelitian	59
3.1.2 Waktu Penelitian	59
3.2 Sumber Data dan Teknik Penelitian Data	60
3.2.1 Sumber Data	60
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	61
3.3 Populasi Dan Sampel	63
3.3.1 Populasi	63
3.3.2 Sampel	64
3.4 Rancangan Penelitian	66
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	66
3.5.1. Variabel Penelitian	66
3.5.2. Definisi Operasional Variabel	68
3.6. Instrumen Penelitian	70
3.7. Uji Instrumen	71

3.7.1 Uji Validitas	71
3.7.2. Uji Reliabilitas	72
3.8. Teknis Analisis Data	72
3.8.1. Uji Asumsi Klasik.....	73
3.8.2. Analisis Reresi Linier Berganda	76
3.8.3. Analisis Korelasi	77
3.8.4. Analisis Koefisien Determinasi	78
3.9 Uji Hipotesis.....	78
3.9.1 Uji Secara Parsial (t)	78
3.9.2 Uji Secara Simultan (F)	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	78
4.1.1. Gambarn Singkat Perusahaan	78
4.1.1.1. Visi dan Misi Perusahaan.....	79
4.1.1.2. Struktur Organisasi	80
4.2 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	81
4.2.1 Uji Validitas	81
4.2.2 Uji Reliabilitas	83
4.3 Deskripsi Responden Penelitian.....	84
4.3.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
4.3.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	85
4.3.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	86
4.4 Uji Asumsi Klasik	87
4.4.1 Uji Multikolinieritas	87
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	88
4.4.3 Uji Normalitas.....	89

4.5 Analisis Data	91
4.5.1 Regresi Linier Berganda	91
4.5.2 Uji Koefisien Korelasi	93
4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	94
4.6.1 Uji Hipotesis	94
4.6.2 Uji F (Uji Simultan)	95
4.6.3 Uji t (Uji Parsial)	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	102

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1. Data Penjualan Berdasarkan Pendapatan	9
2.1. Penelitian Lain yang Relevan.....	52
3.1. Waktu Penelitian	59
3.2. Variabel Bebas	67
3.3. Variabel Penelitian Dan Indikator.....	68
3.4. Skala Likert	71
3.5 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	47
3.6 Skala Likert	48
4.1 Hasil Uji Validitas	82
4.2 Hasil Uji Reabilitas	83
4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	85
4.5 Responden Berdasarkan Pendidikan	86
4.6 Hasil Uji Multikolinieritas	87
4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88
4.8 Hasil Uji Normalitas.....	90
4.9 Hasil Regresi Linier Berganda	91
4.10 Hasil Koefisien Korelasi.....	93
4.11 Hasil Uji F Simultan.....	95
4.12 Hasil Uji t Parsial	96

DAFTARGAMBAR

Halaman

Kerangka Berfikir.....	57
Struktur Orgaisasi.....	81

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

ABSTRAK

Sherli Hummairah, Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Di Threeburn *Coffee And Store* Kota Palembang.

Pada dasarnya, skripsi ini untuk menganalisis hubungan bagaimana Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Di Threeburn *Coffee and Store* Kota Palembang. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Di Threeburn *Coffee and Store* Kota Palembang. secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, analisis statistik inferensial ,analisis linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji simultan (F) ,dan uji parsial (t) dengan menggunakan SPSS 26.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut. Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Sedangkan variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Harga dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Pelanggan tetap Threeburn *Coffee and Store* Kota Palembang.

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk

ABSTRACT

Sherli Hummairah, The Influence of Price, Location, and Product Quality on Purchase Decisions of Coffee Products at Threeburn Coffee And Store, Palembang City.

Basically, this thesis is to analyze the relationship of how the influence of price, location and product quality on the decision to purchase coffee products at Threeburn Coffee and Store Palembang City. The objective of this research is to determine the effect of price, location and product quality on purchasing decisions for coffee products at Threeburn Coffee and Store in Palembang City. simultaneously or partially. This study uses multiple linear analysis. The analysis technique used is descriptive statistical analysis, inferential statistical analysis, multiple linear analysis, correlation coefficient, coefficient of determination, simultaneous test (F), and partial test (t) using SPSS 26.

The results of this study are as follows. Price, location and product quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, the price variable has a partially positive and significant effect on purchasing decisions. Price and location have a partially positive and significant effect on regular customers of Threeburn Coffee and Store Palembang City.

Keywords: Price, Location And Product Quality

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Sherli Hummairah, lahir di Palembang - Sumatera Selatan, pada tanggal 13 Juni 2001, Anak ke-3 dari empat bersaudara dari pasangan Ayahanda **Hermi Tohir** dan Ibunda **(Almh) Fitriza Listiani**

Pada tahun 2006 tepatnya berusia 5 tahun, Mulai memasuki jenjang pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 1 Palembang. Pada tahun 2013 s/d 2016, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama Tri Dharma Palembang. Lalu pada tahun 2016 s/d 2019 melanjutkan Sekolah Menengah Atas Arinda Palembang selama 3 tahun. Setelah menyelesaikan di bangku sekolah penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Tridinanti Palembang (UTP), pada jurusan Ekonomi dan memperoleh gelar SE, di Universitas Tridinanti Palembang pada tahun 2023.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pengertian Perusahaan menurut Molengraaff (2015) adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus-menerus, untuk memperoleh penghasilan, bertindak keluar, dengan cara memperdagangkan, menyerahkan atau mengadakan perjanjian-perjanjian perdagangan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan harus dapat memperoleh dan memanfaatkan sumber-sumber yang akan digunakan yaitu perusahaan berusaha memaksimalkan penerimaan dengan pengorbanan atau pengeluaran tertentu. Seiring dengan semakin majunya teknologi yang berkembang perusahaan baik yang berskala besar maupun kecil harus benar-benar bisa melihat kemampuan yang ada pada perusahaannya agar dapat bersaing dan bertahan.

Agar bisa bertahan maka setiap perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas dan pembelian dari penjualan produk agar laba yang diinginkan dapat dicapai. Untuk mencapai itu maka pemilihan strategi juga harus benar dan tepat dengan memperhatikan perkembangan situasi dan kondisi lingkungan yang selalu dinamis, yaitu dengan memperhatikan harga, lokasi, dan kualitas produk yang

merupakan hal yang sangat mempengaruhi perkembangan seiring dengan meningkatnya kebutuhan kita. Dalam era globalisasi, semakin banyak teknologi yang dapat mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas kehidupan. Kemajuan dibidang transportasi, komunikasi, kesehatan, pendidikan dan bidang lainnya merupakan beberapa contoh bahwa kita semakin memerlukan teknologi dalam kehidupan ini.

Dalam dunia usaha di masa sekarang ini, akan dapat dirasakan bahwa semakin bergerak ke arah perkembangan dan kemajuan yang pesat melewati batas ruang, gerak, dan waktu. Di pihak lain, gelombang globalisasi semakin tak terbendung, sehingga menyebabkan manusia berlomba-lomba untuk bersaing dalam berbagai bidang, terutama dalam dunia usaha. Menurut Wasis dan Sugeng Yuli Irianto (2008:172) Usaha adalah upaya manusia untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan tertentu dan untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. Usaha dalam sains adalah gaya yang diberikan oleh suatu benda sehingga bisa mengubah posisi benda tersebut. Oleh karena itu, manusia berusaha dan terus mencoba untuk menciptakan sesuatu yang mampu menguasai dunia usaha.

Berdasarkan paduan tersebut, maka manusia-manusia berusaha untuk menerapkan dan mengimplementasikan persaingan tersebut dalam suatu bentuk usaha, baik secara individu maupun berkelompok. Bentuk usaha tersebut disesuaikan dengan sumber daya alam dan ilmu pengetahuan manusia yang semakin maju dalam mengelolah hasil alam tersebut. Salah satu bentuk usaha tersebut adalah dengan mendirikan perusahaan (berbisnis), yang dapat diartikan sebagai sebuah organisasi yang memproses perubahan dari sumber daya alam

menjadi barang yang diperuntukkan bagi pemuas kebutuhan para pembeli,serta diharapkan akan memberikan laba kepada para pemiliknya.

Melihat kenyataan diatas,maka tidaklah mengherankan jika sekarang ini banyak bermunculan kedai kopi / *coffee shop* di kota Palembang. Banyak dari kalangan mahasiswa,anak-anak muda,maupun pekerja yang datang untuk berbincang dengan kerabat maupun menghabiskan sela-sela waktunya di kedai kopi tersebut.

Menurut Maulidi (2017), pengertian Kafe (Cafe) adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan.Cafe termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakann tempat duduk yang nyaman . Industri usaha kedai kopi ini adalah industri yang bergerak di bidang kuliner yang tidak pernah habis peminatnya. Yang dimana memadukan antara produk,harga,dan lokasi yang strategis,suasana yang tercipta dalam kedai kopi,dan cita rasa produk dan lokasi merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan keputusan pembelian produk kopi ialah dimana adanya kepuasan terhadap cita rasa minuman kopi yang disajikan oleh para barista dalam melayani pelanggan.

Seiring waktu di kota Palembang banyak nya kedai kopi / *coffee shop* yang bertebaran di Palembang dimana berkembang dengan sangat pesat terutama di daerah yang kebanyakan penduduknya merupakan pegawai maupun anak-anak muda yang sering membutuhkan produk ini. Perkembangan ini dapat terjadi

karena semakin banyak permintaan masyarakat akan produk yang ditawarkan, sehingga memicu semakin menjamurnya pembangunan kedai kopi di tempat-tempat tersebut.

Pesatnya pembangunan kedai kopi di kota Palembang, mengakibatkan tingkat persaingan antar kedai kopi yang tinggi, namun sejumlah pengusaha kedai kopi merasa kondisi tersebut menjadi kekhawatiran besar sepanjang pangsa pasarnya masih tersedia. Para pemilik usaha dan pegawai kedai kopi atau yang biasa disebut dengan barista harus berusaha sebaik mungkin dalam memanfaatkan pasar yang ada dengan member imej, dan cita rasa yang baik kepada para pelanggannya agar terjadinya keputusan pembelian dari produk kopi yang ditawarkan.

Threeburn Coffee and Store adalah salah satu usaha kedai kopi yang bergerak dibidang kuliner / *food and beverage* sebagai tempat untuk menikmati secangkir kopi yang panas maupun dingin. Yang berada di tengah pusat kota yang sangat mudah untuk dijumpai karena tepat dipinggir jalan. Di jalan Kapten A. Anwar Arsyad No.999, demang lebar daun, kec. Ilir Barat 1 kota Palembang.

Dengan banyaknya, usaha kedai kopi yang bermunculan mengakibatkan timbulnya persaingan usaha kedai kopi yang ada semakin meningkat. Dengan adanya pesaing usaha kedai kopi yang bermunculan menyebabkan *Threeburn Coffee and Store* tingkat pendapatannya tidak stabil dan cenderung menurun terutama tingkat laba atau keuntungan penjualan.

Seiring perkembangan usaha kedai kopi yang bermunculan di Kecamatan Iilir Barat 1 kota Palembang, adapun pesaing atau kompetitor dari Threeburn *Coffee and Store* seperti **Coffee J Kedai kopi dan Resto**, **Fow Specialty Coffee**, **Ottei Coffee**, **Kopiloka**, **Diego Coffee**, dan **Tujuan Kopi**. Kompetitor-kompetitor Threeburn Coffee and Store tersebut memiliki jenis industri usaha yang hampir sama sejenis dengan Threeburn *Coffee and Store* yang sama-sama bergerak di bidang kuliner / *food and beverage*. Para competitor-kompetitor dari Threeburn *Coffee and Store* mempunyai kelebihan dari harga produk yang lebih murah lokasi di Kecamatan Iilir Barat 1, dan dari tingkat penjualan yang lebih ramai.

Para manajemen usaha kedai kopi terpacu untuk semakin melakukan studi banding terhadap harga, lokasi, dan melakukan usaha untuk selalu meningkatkan kualitas produk agar para konsumen dapat melakukan keputusan untuk pembelian produk kopi yang telah ditawarkan seorang barista.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha kedai kopi, salah satunya adalah bagaimana pihak kedai kopi dapat menarik pelanggan dan mempertahankannya dengan kualitas produk yang diberikan oleh pihak kedai kopi. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, keputusan pembelian produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan keuntungan atau laba dalam kegiatan usaha, keputusan pembelian merupakan hal yang penting baik perusahaan untuk menggunakan strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama.

Hal tersebut membuktikan bahwa keputusan pembelian merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan. Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah salah satu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, *process*.

Disamping keputusan pembelian, harga juga turut berperan penting dalam menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun kualitas. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat terjadi perubahan menurut waktu dan tempatnya. Menurut Kotler (2019:131), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam bermacam metode. Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga umumnya ditangani oleh para manajer divisi maupun manajer lini produk. Menetapkan harga yang tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh kedai kopi. *Threeburn Coffee and Store* mempunyai harga jual yang cukup tinggi, yang dimana sangat tidak pas untuk kantong para pelajar harga jual produk yang terlalu tinggi membuat pendapatan yang kurang stabil atau tidak tetap disetiap bulannya.

Coffee	Ice Coffee	Chocolattee	Signature Menu
Espresso Rp.18.0000	Pistachio Lattee Rp.28.000	Classic Chocolate Rp.27.000	Virgin Caipirinha Rp.29.000

Espresso Machiato Rp.20.000	Caramel Machiato Rp.28.000	Pistachio Chocolatte Rp.28.000	Cloud Russian Rp.32.000
Caffee Lattee Rp.27.000	Caramel Brullee Rp.28.000	Caramel Chocolatte Rp.28.000	Espresso Pupmkin Spice Rp.30.000
Cappucino Rp.27.0000	Salted Caramel Rp.27.000		Blood Sour Rp.29.000
Mocha Rp.28.000	Hazelnut Lattee Rp.28.000		Bourgogne Rp.30.000
Piccolo Rp.20.000	Macadamia Lattee Rp.28.000		
Longblack Rp.22.000	Choco Cookiee Rp.28.000		

Sumber: Daftar Harga *Threeburn Coffee and Store*

Selain itu, faktor lokasi juga turut ambil peran dalam menjaring pelanggan. Menurut Kotler dan Amstrong (2018:51) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Faktor lokasi sangat berpengaruh pada pemilihan tempat apalagi adanya lokasi lahan parkir yang luas. Lokasi *Threeburn Coffee ad Store* persis di pingir jalan, akan tetapi disekitar lokasi sangat jauh dari pemukiman

warga, sekolah, perkantoran maupun universitas dan juga memiliki lahan parkir yang tidak begitu luas sehingga menyebabkan para konsumen sering kebingungan untuk meletakkan kendaraannya. Meskipun ada lahan untuk pembelian kopi melalui *drive thru* dimana para pelanggan tidak perlu turun dari kendaraannya dan bisa membeli produk kopi melalui jendela khusus *drive thru* yang telah disediakan dari pihak kedai kopi *Threeburn Coffee and Store* dan lokasi lahan *drive thru* ini tidak terlalu luas dan hanya cukup untuk satu kendaraan saja.

Faktor kualitas juga turut berperan dalam mendapatkan pelanggan, banyaknya pengunjung dari kalangan mahasiswa, pekerja, anak muda, sampai dengan kalangan berumur juga banyak menghabiskan sela-sela waktunya duduk sambil memesan kopi panas atau dingin untuk dinikmati. Maramis (2018:18) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketetapan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Rasa sangat sensitif untuk bisnis di kalangan kuliner atau *food beverage* dengan ini maka para barista akan menyajikan minuman terbaik serta cita rasa yang kompleks dan konsisten agar para pengunjung mempunyai sensasi tersendiri dalam menikmati setiap tegukan minuman yang telah disajikan oleh para barista. Bahan-bahan yang dipakai di dalam minuman tidak selalu menggunakan kopi maupun susu, tetap ada juga bahan yang digunakan dari buah-buahan yang segar hal tersebut membuat para arista harus rutin untuk chek-up dari komposisi tersebut karena komposisi tersebut hanya dapat bertahan selama 3 hari hal tersebut

sering menjadi permasalahan karena para konsumen terkadang menanyakan kesegaran dari komposisi tersebut oleh karena itu, para barista selalu melakukan chek-up secara berkala.

Tabel 1.1 Data Penjualan Berdasarkan Pendapatan

Bulan	Jumlah Pendapatan	Target	%
November 2021	Rp.27.245.000	Rp.35.000.000	77%
Desember 2021	Rp35.050.000	Rp.40.000.000	87%
Januari 2022	Rp.20.235.000	Rp.40.000.000	50%
Februari 2022	Rp.34.550.000	Rp.40.000.000	86%
Maret 2022	Rp.25.780.000	Rp.35.000.000	73%

Sumber: *Form Penjualan Threeburn Coffee and Store*

Pada tabel 1.1 bahwa terdapat jumlah pendapatan selama 5 bulan yang ada beberapa pendapatan yang tidak memenuhi target per bulannya. Diketahui ada jika pendapatan di setiap bulannya tidak selalu stabil ataupun konstan.

Berdasarkan hasil evaluasi *Threeburn Coffee and Store* Kota Palembang terdapat permasalahan yang muncul seperti kurangnya kesadaran, adanya perubahan bahan baku, adanya kenaikan harga, serta adanya perubahan jadwal kerja yang telah ditetapkan.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk kopi ialah promosi dan strategi pemasaran yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Peneliti menilai karena adanya kekurangan di *Threeburn Coffee and Store*

dibandingkan para kompetitor-kompetitor diatas, maka berdasarkan latar belakang masalah yang telah

diuraikandiatas maka penelitian ini diberi :

“Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Di Threeburn *Coffee and Store* Kota Palembang”.

1.2. Perumusan masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dikemukakan maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh, harga, lokasi, dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian produk kopi di Threeburn *Coffee and Store* Kota Palembang ?
2. Apakah ada pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kopi di Threeburn *Coffee and Store* Kota Palembang ?
3. Apakah ada pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kopi di Threeburn *Coffee and Store* Kota Palembang ?
4. Apakah ada pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kopi di Threeburn *Coffee and Store* Kota Palembang ?

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan :

1. Harga, lokasi, kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk kopi di *Threeburn Coffee and Store* Kota Palembang.
2. Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kopi di *Threeburn Coffee and Store* Kota Palembang.
3. Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kopi di *Threeburn Coffee and Store* Kota Palembang.
4. Kualitas berpengaruh produk secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kopi di *Threeburn Coffee and Store* Kota Palembang.

1.4. Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Untuk *Threeburn Coffee and Store* Kota Palembang hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam merencanakan dan dapat tumbuh berkembang serta memiliki citra yang baik dimata masyarakat sehingga dapat mengalami keberlanjutan usaha, mampu mempertahankan sumber daya manusia yang baik dan berkualitas,

dan menentukan strategi pengambil keputusan mengenai pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kopi di *Threeburn Coffee and Store* kota Palembang.

2. Bagi Penulis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini penulis dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran serta dapat menerapkan sebagian ilmu yang telah diperoleh selama dibangku kuliah. Dan juga penulis berharap agar hasil penelitian ini bermanfaat bagi pihak lain yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut untuk mendapatkan hasil yang sempurna.

3. Bagi Almamater

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi sebagai pedoman untuk penelitian serupa dimasa yang akan datang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi yang bermanfaat dan berguna bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin Dan Francis Tantri., (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Angipora, M. P. (n.d.). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- A. Muri Yusuf, (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta : prenadamedia group.
- Anwar ,Sanusi. (2014:107). *Metodologi Penelitian Bisnis Jakarta* : Salemba Empat.
- Arikunto, Suharsimi. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Alfian & Marpaung. (2017). *At-Tawassuth, Vol. 2, No. 1, 2017:122-145*. Analisi Pengaruh Label Halal, *Brand* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan.
- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Burhanuddin (2016). *Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Di Hotel The Daira Palembang*. Universitas Tridinanti Palembang.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2016). *Strategi Pemasaran (edisi 4)*. Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, Anastasia Diana (2020) *Pemasaran*. Penerbit Andi Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Ririn. 2020. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Trussmedia Grafika.

- Husei Umar (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta : Rajawali.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajen, Bisnis Dan Akutansi*, 6(3), 1658-1667.
- Nasruli (2017). *Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada CV. Rimau Rimba Banyuasin III*. Universitas Tridinanti Palembang.
- Purba, T. P. & Limakrisna, N. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono, (2019). *Metode Peelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alphabet.
- Sunyoto, Danang. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Syaripudin (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Meiu Di PT. Oracle Electronical Inernasional*. Universitas Tridianti Palembang.