

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN**

**PEMBELIAN KONSUMEN DI HAMUR CAFE DIENG**

**SKRIPSI**

**MANAJEMEN**



Oleh :

**YULISTRIASIH ANGGRESTI NEVOSIATUN**

**NIM : 2012120094**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG**

**2012**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan judul “**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI HAMUR CAFE DIENG**”. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan promosi terhadap minat dan kunjungan konsumen di Cafe Hamur Malang dan juga untuk mengetahui proses yang membedakan persepsi konsumen menggunakan variabel bebas penelitian yang dilihat dari faktor demografi (usia, jenis kelamin dan uang saku).

Cafe hamur dieng menjadi salah satu cafe yang menerapkan strategi pemasaran yang menggunakan konsep lokasi yang instagramable dengan tujuan untuk menarik konsumen supaya dapat menaikkan tingkat omset penjualan.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa penelitian ini menggunakan metode atau pendekatan study kasus (*study casus*) dan juga termasuk ke dalam penelitian analisis deskriptif.

**kata kunci:** *pemasaran dan konsumen*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dilihat dari meningkatnya kemunculan jenis perusahaan dengan berbagai macam aktivitas di bidang usaha dan perkembangan cafe khususnya di Kota Malang yang semakin berkembang pesat, banyak wirausaha membuka cafe dengan berbagai konsep dan ide kreatif agar dapat menarik pelanggan dari berbagai kalangan.

Dengan berkembang pesatnya bisnis cafe di wilayah malang, akan mengakibatkan meningkatnya persaingan bisnis cafe. cafe yang kurang menarik akan dengan mudah dikalahkan dengan kemunculan pesaingnya. dilihat dari sisi pandangan konsumen saat ini, mereka lebih selektif dalam memilih cafe, selain itu lokasi juga mempengaruhi konsumen dalam memilih cafe untuk dikunjungi. ketika cafe tersebut tidak memuaskan dan lokasi sulit untuk dijangkau dan lahan parkir yang kurang memadai maka konsumen akan dengan mudah meninggalkan cafe tersebut.

Selain itu perkembangan bisnis cafe di malang telah diakui oleh Asosiasi Pengusaha Cafe dan Restoran Indonesia (APKRINDO) wilayah jawa timur yang diungkapkan oleh Anwar (2019) potensi industri cafe di jawa timur sangat besar karena didukung oleh pasar dan juga bahan baku kopi yang mudah di dapat di daerah jawa timur. dengan begitu persaingan industri cafe perlu diimbangi dengan inovasi supaya dapat menarik pengunjung. Selain berinovasi pebisnis juga dapat mempromosikan produknya dengan gencar,

dengan menggunakan media online seperti twitter, facebook, instagram, tiktok dan lain-lain.

Banyak pebisnis yang berlomba-lomba melakukan inovasi dan meningkatkan keunggulan cafe mereka agar dapat menarik konsumen. salah satunya dengan cara menyediakan fasilitas parkir yang luas dan lokasi yang mudah dijangkau. selain itu pebisnis juga harus dapat membaca preferensi faktor supaya dapat mempengaruhi konsumen untuk memilih cafe. dengan mengetahui preferensi konsumen pengusaha dapat mengetahui alasan utama konsumen dalam memilih lokasi cafe. sehingga ketika pebisnis mengetahui kebutuhan konsumen yang diinginkan dan dipenuhi, maka dapat mencapai kepuasan konsumen, dan pada akhirnya konsumen loyal terhadap cafe.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apa saja pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Hamur Cafe Malang?
2. Apa saja pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Hamur Cafe Malang?
3. Seberapa besar pengaruh promosi dan lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Hamur Cafe Malang?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis bagaimana Pengaruh Lokasi Terhadap kepuasan Pembelian konsumen di Hamur Cafe Malang
2. Untuk menganalisis bagaimana Promosi Terhadap kepuasan Pembelian konsumen di Hamur Cafe Malang
3. Untuk menganalisis adakah Lokasi dan Promosi Terhadap kepuasan Pembelian di Hamur Cafe Malang

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

1. Kajian dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan supaya dapat memberikan tambahan informasi dan masukan sebagai bahan pertimbangan dalam merencanakan pengambilan keputusan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas.
2. Sebagai fasilitas peneliti untuk mengapresiasi teori yang telah diperoleh selama studi di perguruan tinggi dengan kasus nyata di dunia pelayanan serta memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran guna mencapai kinerja pemasaran yang lebih baik.
3. bagi pihak lain dapat dijadikan salah satu bahan perbandingan acuan untuk menambah wawasan sebagai bahan dalam memecahkan masalah yang serupa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alferd, Owusu. 2013. *Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study*. European Journal of Business and Management Vol.5, No.1
- Alma, Buchari. 2006. *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andreti, J dan Zhafira, Nabila H. 2013. *The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers' Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia*. International Journal of Advances in Management and Economics. Vol. 2, No.6
- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketiga. Jakarta:Salemba Empat.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja. Rosdakarya.
- Ghanimata, Fifyanita. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Jurnal Manajemen Vol.1, No.2. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2010. *Ekonomika Dasar*. Jilid 1. Edisi 5. Salemba Empat Jakarta.
- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada Press.

- Kanoga, S. Njugana, R. dan Bett S. 2015. *The Effect of Place on Performance of Shopping Malls in Nairobi County Kenya*. Journal of Social Sciences and Humanities Vol. 1, No. 4
- Kotler, Philip dan Armstrong 2012, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Tiga Belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta. Erlangga
- \_\_\_\_\_ dan \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Dua Belas. Jakarta: Index, Kelompok Gramedia.
- Paramitha, Mariska Deasy dan Khasanah, Imroatul. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Nges-Nges Banyumanik Semarang)*. Diponegoro Journal Of Management. Vol. 4, No. 2
- Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw, Jhon. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi.
- Saputro , R.M dan Kamal, Mustofa. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Grand Panorama Resto Semarang)*. Vol. 4, No. 2, 2015
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodelogi Penelitian untuk Bisnis Edisi 4*. Salemba Empat. Jakarta
- Setiadi J.Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Kencana. Jakarta.