

Krisna Eka Putranto

by UNITRI Press

Submission date: 19-Sep-2024 08:31AM (UTC+0530)

Submission ID: 2448752602

File name: Krisna_Eka_Putranto.docx (152.47K)

Word count: 1345

Character count: 8860

1
PENGARUH HARGA, JENIS PRODUK DAN LINGKUNGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MENARA
COFFEE DAU MALANG

SKRIPSI

MANAJEMEN



Disusun oleh :
KRISNA EKA PUTRANTO
NIM. 2020120112

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG
2024

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan dampak relatif dan bersamaan dari jenis produk, harga, dan suasana pada keputusan pembelian yang dibuat oleh pelanggan di Menara *Coffee* Dau Malang. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel acak sederhana, 100 pelanggan Menara *Coffee* Dau Malang menjadi sampel penelitian. Penyelidik menggunakan kuesioner sebagai sarana pengumpulan data. Regresi linier berganda adalah metode analisis data yang digunakan, dan perangkat lunak SPSS 25 digunakan. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh substansial pada penilaian tentang apa yang akan dibeli, jenis produk memiliki pengaruh (nilai-t 9,543), lingkungan memiliki dampak (nilai-t 9,099), dan harga memiliki dampak (nilai-t 5,515). Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa harga, jenis produk, dan lingkungan sekitar semuanya memiliki dampak yang cukup besar terhadap keputusan pembelian pelanggan, dengan nilai F sebesar (11,441) atau 66,1%. Kesimpulan penelitian tersebut menunjukkan dengan jelas bahwa berbagai kategori produk, suasana yang tenang, dan barang dengan harga yang wajar semuanya dapat memengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Jenis Produk, Lingkungan, Keputusan Pembelian, Konsumen.

1

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis semakin ketat seiring berjalannya waktu dan ekonomi Indonesia yang terus berkembang. Banyak pelaku industri besar terus berupaya untuk meraih peluang pasar yang menguntungkan, tidak hanya di industri yang telah menunjukkan potensinya tetapi juga di industri yang relatif baru berkembang yang menawarkan beragam barang. Persaingan yang ketat membuat perubahan keinginan pelanggan menjadi kenyataan dengan sangat cepat. Bisnis memiliki banyak alternatif jika mereka ingin menyenangkan pelanggan mereka dan tetap mengikuti tujuan utama mereka untuk meningkatkan pendapatan demi ekspansi perusahaan. Saat ini, mudah untuk menemukan berbagai macam bisnis mapan yang selalu bersaing satu sama lain untuk menyediakan produk berkualitas tinggi bagi pelanggan mereka. Menurut Nugroho (2022). Usaha komersial saat ini semakin berkembang dalam jumlah dan keragaman. Kedai kopi adalah salah satu sektor yang berkembang pesat baik di daerah perkotaan maupun pedesaan. Membangun kedai kopi yang unik menjadi semakin umum karena pengusaha mencoba menarik pelanggan dari berbagai latar belakang. Makanan ringan, makanan besar, dan minuman kopi olahan hanyalah beberapa dari sekian banyak pilihan makanan dan minuman. Kopi merupakan komoditas penting dalam perekonomian nasional dan aset perdagangan yang berharga hingga akhir tahun 1990-an (Gunawan, 2020).

Indonesia terus memiliki masa depan yang sangat menjanjikan karena kopinya yang luar biasa yang menyediakan kesempatan kerja, mata uang asing dan sumber pendapatan. Hanya ada beberapa perkebunan besar di Indonesia, sebagian besar menanam kopi di bawah manajemen swasta. Lingkungan, panen, teknik pengolahan, dan jenis bahan yang ditanam semuanya memiliki pengaruh besar pada kualitas kopi. Ada banyak varietas kopi pahit di Indonesia. Ragam kopi Indonesia menginspirasi produsen muda di Malang untuk terus menghasilkan campuran kopi baru. Malang terkenal sebagai ⁷ kota pendidikan karena banyaknya sekolah dan universitas di wilayah tersebut. Remaja dan pelajar merupakan bagian terbesar dari populasi, dan mereka sering nongkrong atau menghabiskan waktu luang mereka di *Coffee* bersama teman-teman.

Menara *Coffee* merupakan tempat nongkrong yang cukup terkenal dan menjadi ⁶ salah satu kedai kopi yang paling terkenal di Kota Malang, khususnya di Kecamatan Dau. Lokasinya berada di Jalan Raya Dermo No.177, RT.01, ⁴ Jetak Lor, Mulyoagung, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur 65151. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengunjung, khususnya mahasiswa, yang datang ke *Coffee* yang selalu ramai ini. Selain itu, Menara *Coffee* juga menyediakan berbagai fasilitas, seperti mushola, internet gratis, ruangan yang luas dan sejuk, pemandangan dari lantai dua, serta suasana yang nyaman. Kedai kopi ini buka selama 24 jam sehingga pelanggan dapat datang kapan saja untuk sekadar bersantai. Hal ini menjadi salah satu keunggulannya. ⁸ Salah satu strategi untuk menarik lebih banyak pelanggan demi keuntungan perusahaan adalah dengan membuka usaha selama 24 jam sehari. Para pengusaha perlu

memikirkan banyak hal, seperti membuat produk yang menarik pembeli, agar dapat bersaing dan bertahan lama.

Menurut Gunawan (2022), penetapan harga merupakan satu-satunya aspek pemasaran yang dapat menghasilkan laba. Untuk menetapkan harga jual suatu produk, pelaku usaha menggunakan berbagai teknik penetapan harga yang memperhitungkan biaya, nilai, dan persaingan. Riset pasar sebelumnya diperlukan karena kemauan konsumen untuk membayar suatu produk merupakan komponen yang krusial. Misalnya, jika target pasarnya adalah mahasiswa, harga yang ditetapkan harus cukup murah. Novitawati (2019) menegaskan bahwa harga memengaruhi pilihan konsumen atau pelanggan untuk membeli hasil produksi dan sangat penting bagi kelangsungan usaha. Sederhananya, biaya juga merupakan faktor yang signifikan.

Faktor selanjutnya yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah keberagaman kategori produk. Daya tarik suatu produk terletak pada keberagaman kategori produknya. Produk yang menarik ⁹ merupakan salah satu dari sekian banyak faktor yang perlu dipikirkan oleh para pengusaha agar dapat membedakan diri dari para pesaing dan memberikan kesan yang dapat diterima oleh konsumen. Gunawan (2022) menegaskan bahwa riset pasar digunakan untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi konsumen yang selanjutnya digunakan dalam produksi barang. Perusahaan mengambil sebagian besar keputusan penting terkait produk, mulai dari desain hingga produksi. Sedangkan menurut Novitawati (2019), produk adalah segala sesuatu yang diperoleh konsumen sebagai hasil dari ketidakseimbangan dengan produsen;

termasuk keunggulan fundamental, barang fisik beserta kemasannya, dan tambahan yang menyertainya. Kepuasan konsumen atau tidak bergantung pada seberapa baik produk digunakan sebagai titik acuan untuk memastikan bahwa semuanya berjalan sesuai rencana.

Elemen berikutnya yang mungkin berdampak pada keputusan pembelian pelanggan adalah lingkungan. Membedakan antara lingkungan alam dan sosial dengan lingkungan buatan manusia, kami menyebut lingkungan alam sebagai lingkungan. Dengan menciptakan ruang yang nyaman mungkin bagi pelanggan dan karyawan, bisnis dapat memberikan layanan yang lebih baik.

Berdasarkan kriteria ketiga, Menara *Coffee* Dau Malang diharapkan dapat menarik perhatian mayoritas pelanggannya saat mereka membuat pilihan pembelian. Menurut Gunawan (2022), pilihan pembeli untuk membeli produk tertentu merupakan hasil dari serangkaian proses yang telah mereka lalui. Identifikasi kebutuhan, pengumpulan informasi, mempertimbangkan alternatif, membuat pilihan pembelian, dan bertindak setelah pembelian merupakan beberapa fase tersebut. Menurut Novitawati (2019), konsumen mempertimbangkan sejumlah kriteria saat memilih produk mana yang akan dibeli. Novitawati (2019) menegaskan bahwa potensi keberhasilan suatu perusahaan bergantung pada tingkat kesadaran pasarnya. Dengan memenuhi setiap kebutuhan pelanggannya secara efektif, suatu bisnis dapat menunjukkan daya saingnya dibandingkan dengan para pesaing. Dalam hal membeli barang-barang yang dipajang di *Coffee*, pelanggan kini memiliki lebih banyak pilihan.

Mengingat konteks ⁵ di atas, peneliti melakukan penelitian yang diberi judul “pengaruh harga, jenis produk dan lingkungan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Menara *Coffee* Dau Malang”.

1.2 Rumusan Masalah

Mengingat konteks di atas, rumusan masalah berikut mungkin diajukan:

1. Bagaimana harga di Menara *Coffee* Dau Malang memengaruhi pilihan pembelian pelanggan?
2. Sejauh mana jenis produk memengaruhi pilihan pembelian pelanggan di Menara *Coffee* Dau Malang?
3. Seberapa jauh atmosfer di Menara *Coffee* Dau Malang memengaruhi pilihan pembelian pelanggan?
4. Di Menara *Coffee* Dau Malang, bagaimana faktor-faktor seperti harga, jenis produk, dan lingkungan sekitar memengaruhi pilihan pembelian pelanggan?

1.3 Tujuan

Setelah merumuskan masalah, berikut ini adalah ³ tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui seberapa besar harga mempengaruhi pilihan konsumen untuk membeli di Menara *Coffee* Dau Malang.
2. Untuk mengetahui sejauh mana jenis produk mempengaruhi pilihan konsumen Menara *Coffee* Dau Malang dalam memilih produk yang akan dibeli.
3. Untuk mengetahui sejauh mana suasana Menara *Coffee* Dau Malang mempengaruhi pilihan pembelian konsumen.

4. Untuk mengetahui bagaimana suasana, jenis produk, dan harga secara bersamaan mempengaruhi pilihan konsumen untuk membeli di Menara Coffee Dau Malang.

1.4 Manfaat

1. Bagi Peneliti

Membantu peneliti mengidentifikasi unsur-unsur yang memengaruhi pembelian atau daya tarik kedai kopi. Lebih jauh lagi, ini merupakan salah satu persyaratan untuk gelar sarjana manajemen pemasaran.

2. Bagi Tempat Usaha

Sebagai rekomendasi atau umpan balik untuk membantu perusahaan dan lokasi perusahaan meningkatkan operasinya agar lebih menarik dan layak dalam lingkungan bisnis yang serba cepat saat ini.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berfungsi sebagai sumber daya bagi akademisi manajemen pemasaran masa depan, terutama dalam hal memperoleh faktor-faktor yang sekarang ada untuk meningkatkan studi tentang dampak penetapan harga, jenis produk, dan lingkungan.

4. Bagi Akademik

Sebagai titik referensi dan panduan lebih lanjut bagi siswa lain yang merencanakan atau melakukan penelitian..

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Faktor-faktor bebas (X) dalam penelitian ini meliputi harga, jenis produk, dan lingkungan, sedangkan variabel terikat (Y) adalah pilihan untuk membeli

(Sihaloho, 2020). Penelitian ini dilakukan di Menara *Coffee* Dau Malang.

Populasi sasaran penelitian adalah pelanggan yang berkunjung ke Menara *Coffee* Dau Malang.

Krisna Eka Putranto

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|---|----|
| 1 | docplayer.info Internet Source | 1% |
| 2 | rinjani.unitri.ac.id Internet Source | 1% |
| 3 | Submitted to ppmsom Student Paper | 1% |
| 4 | eprints.umm.ac.id Internet Source | 1% |
| 5 | core.ac.uk Internet Source | 1% |
| 6 | www.ayukjalanjalan.com Internet Source | 1% |
| 7 | diasalindri.student.umm.ac.id Internet Source | 1% |
| 8 | dspace.uui.ac.id Internet Source | 1% |
| 9 | konsultasiskripsi.com Internet Source | 1% |

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Krisna Eka Putranto

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9
