

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

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**MANAJEMEN**



Disusun oleh :

**KRISNA EKA PUTRANTO**

NIM. 2020120112

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI  
MALANG**

**2024**

## 1. 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 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 salah satu kedai kopi yang paling terkenal di Kota Malang, khususnya di Kecamatan Dau. Lokasinya berada di Jalan Raya Dermo No.177, RT.01, 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. 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 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 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 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.



## 2. DAFTAR PUSTAKA

- Aryandi, J. a. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*.
- Gunarsih, C. M. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*,.
- Gunawan, C. I. (2022). Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing. *Pt Inovasi Pratama Internasional*. .
- Gunawan, C. I. (2022). Manajemen Pemasaran (Marketing Management). *Social Science Research Network (Ssrn)*.
- Gunawan, P. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Buah-Buahan Di Pasar Tradisional Belimbing Kota Malang. *PhD Thesis. Fakultas Manajemen Universitas Tribhuwana Tungadewi*.
- Gunawan,I., Gunawan, C. I.,& Prihatminingtyas, B. (2020). Perilaku Kelompok Petani Kopi Rakyat Mengikuti Kelompok Dan Yang Tidak Mengikuti Kelompok Tani Di Kecamatan Panti Kabupaten Jember. *Jurnal Pertanian Cemara Vol.17 No.2 ISSN : 50-65*
- Hasbi, R. a. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Portobello Café Semarang. . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, , 10(2), 1074-1084.
- Hidayat, F. (2016). Pengaruh Dimensi Lingkungan Fisik (Servicescape) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Café Sosial Place Di Bandar Lampung). *Digital Repository Unila*.
- Isti Faradisa, L. B. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas . *Journal of Management. ISSN : 2502-7689*, 3.
- Karina, V. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Hade Dinamis Sejahtera. *Journal.Unsub.Ac.Id*.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2019). Prinsip – Prinsip Pemasaran, *Edisi 12 Jilid 2, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga*.
- Krisna, A. D. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Merjer Padang. *PhD Thesis. Universitas Negeri Padang*.
- Kurniawan. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiger Sugar di Jakarta. *eprints.kwikkiangie.ac.id*.
- Leopaldus, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Promosi. *Diss. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi*, 4.

- Lestari, B. a. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada *Coffeville-Oishi Pan Magelang* . *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*.
- Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Ness Clothes di Kota Malang.
- Mauldy, I. &. (2020). Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur). *STIE Indonesia (STEI) Jakarta*.
- Novitawati, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sanger Warung Aceh Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi. Vol. 7 No. 2 ISSN : 130 – 136*.
- Nugroho, A.P, 2022, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Ness Clothes di Kota Malang.
- Nundu, Y. B. (2022). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Sinabung Kota Malang. *rinjani.unitri.ac.id/*.
- Prakoso, Y. A. (2021). Analisis Kinerja Karyawan pada Café Dulur Dewe Jember. *Repository Universitas Jember, 25*.
- Prengki, D. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Menara Coffee Kecamatan Dau Kabupaten Malang). *Rinjani Unitri Support* .
- Retno Ayu Dewi Novitawati, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*.
- Sari, S. A. (2021). Hubungan Usia Dengan Kejadian Anemia Pada Ibu Hamil Di Kota Metro. *Jurnal Wacana Kesehatan, 6(1),, 23*.
- Sihaloho, R. D. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Super Setia Sagita Medan. . *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*.
- Silaen, E. a. (2019). Pengaruh persepsi kemudahan menggunakan e-wallet dan persepsi manfaat serta promosi terhadap minat beli ulang saldo e-wallet Ovo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 8(4), 155-163*.
- Sugiono, E. a. (2019). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Motivasi dan Lingkungan Kerja Fisik terhadap Kinerja Karyawan PT Rifa Topaz Utama di Jakarta. *Oikonomia: Jurnal Manajemen, 14(2)*.
- Sugiyono, (2019). Metode Penelitian Manajemen. *CV. ALFABETA. Universitas Nusa Putra*.
- Sujarweni, V. W. (2019). The Master Book of SPSS. *Anak Hebat Indonesia*.
- Suru, L. S. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Konsumen di Kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Kota Malang. *rinjani.unitri.ac.id/*.
- Sutikno, P. F. (2017). Strategi Mewujudkan Pembelajaran Bermakna Melalui Penanaman Konsep Umum Dan Konsp Islami. *Bandung:PT Refika Aditama*.

- Umamsyah, A. Y. (2020.). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (studi Pada *Coffe shop* Warung Ngombe Di Yogyakarta). *eProceedings of Management*, 7(3).
- Wati, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Pelanggan Sarijan *Coffe* Malang). *JAMSWAP; Jurnal Akuntansi dan Manajemen*ISSN : 2086-3659 (P), Volume 4, Nomor 4(2019): 17-25.
- Winda Jaya, R. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Kasus Pada Konsumen Café Family Kopi Di Malang ). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*.
- Yayuk, S. &. (2019). Pengaruh kepemimpinan kepala sekolah dan biaya pendidikan terhadap kualitas proses belajar mengajar dan dampaknya dengan kompetensi lulusan SMK di kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 7(1), 84-96.