

**PENGARUH PROMOSI, DESAIN TEMPAT, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOPI DI CAFÉ SETARA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Nur Irpan Bahri
170910400**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL dan HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH PROMOSI, DESAIN TEMPAT, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOPI DI CAFÉ SETARA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:
Nur Irpan Bahri
170910400**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL dan HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Nur Irpan Bahri
NPM/NIP : 170910400
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH PROMOSI, DESAIN TEMPAT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI DISETARA COFFEE BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 25 Juli 2021



NUR IRPAN BAHRI

NPM: 170910400

**PENGARUH PROMOSI, DESAIN TEMPAT, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KOPI DI CAFÉ SETARA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Nur Irpan Bahri
170910400**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 18 Juli 2022



**David Humala Sitorus, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara promosi, desain tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kopi di Cafe Setara. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan menggunakan *purposive sampling* sebanyak 100 responden, diolah dengan menggunakan SPSS versi 25 dengan hasil penelitian diketahui t hitung sebesar $4,088 > 1,664$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ yang artinya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Desain tempat diketahui t hitung $-1,425 < 1,664$ dan nilai signifikansi $0,157 > 0,05$ yang berarti desain tempat tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan diketahui t hitung $6,972 > 1,664$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan (bersama-sama) antara promosi, desain tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Cafe Setara Kota Batam dapat dilihat dari nilai F sebesar $103,175$ (F hitung) $> 2,70$ (F tabel) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Promosi, Desain Tempat, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of promotion, place design and service quality on coffee purchasing decisions at Cafe Setara. This type of research is quantitative research, using purposive sampling as many as 100 respondents, processed using SPSS version 25 with the results of the study known that the t count is $4.088 > 1.664$ and the significance value is $0.000 < 0.05$, which means that promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions. The design of the place is known to have t count $-1.425 < 1.664$ and a significance value of $0.157 > 0.05$, which means that the design of the place has no effect on purchasing decisions. The quality of service is known to have t count $6.972 > 1.664$ and a significance value of $0.000 < 0.05$, meaning that service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Then there is a positive and significant influence simultaneously (together) between promotion, place design and service quality on consumer purchasing decisions at Cafe Setara City can be seen from the F value of 103.175 (F count) > 2.70 (F table) with significance value $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Promotion, Place Design, Service Quality, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Mauli Siagian, S.Kom. M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen Bisnis;
4. David Humala Sitorus, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan mengerahkan pikirannya, dan memberikan saran dalam membantu menyelesaikan penyusunan skripsi.
5. Heryenzus, S.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan sejak awal perkuliahan kepada penulis dalam membangun dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis;
7. OWNER Cafe Setarayang sudah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian di *Coffee Shop*;
8. Kedua orang tua yang sudah memberikan nasihat, doa, serta dukungan kepada penulis;
9. Teman-teman seperjuangan jurusan manajemen yang sudah memberikan masukan dan semangat dalam penulisan proposal skripsi;
10. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesaikan proposal skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 18 Juli 2022

Nur Irpan Bahri
170910400



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Konsep Promosi	16
2.1.2 Konsep Desain Tempat	18
2.1.3 Konsep Kualitas Pelayanan.....	21
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.4. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Jenis Penelitian.....	33
3.1.1 Subjek dan Objek Penelitian	33
3.1.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	34
3.1.3 Jadwal Penelitian	34
3.2 Operasional Variabel	34
3.2.1 Variabel Independen	35
3.2.2. Variabel Dependen.....	35
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	37
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.2 Alat Pengumpulan Data	38
3.5 Metode Analisis Data.....	39
3.5.1 Analisis Deskriptif	40
3.5.1 Uji Kualitas Instrumen.....	40

3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.5.3 Uji Pengaruh	44
3.5.4 Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Hasil Penelitian	47
4.1.1 Profil Responden.....	47
4.1.2 Analisis Deskriptif	51
4.1.3 Uji Kualitas Data.....	57
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.1.5 Uji Hipotesis	68
4.2 Pembahasan.....	71
4.2.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Café Serata	71
4.2.2 Pengaruh Desain Tempat Terhadap Keputusan Pembelian di Café Serata ...	72
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Café Serata	73
4.2.4 Pengaruh Promosi, Desain Tempat, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Café Serata	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1. kesimpulan	75
5.2. saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Harga Kopi Susu Setara	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian	36
Tabel 4.1 Usia Responden	48
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4.3 Pendidikan Responden	49
Tabel 4.4 Pekerjaan	50
Tabel 4.5 Rentang Skala	51
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Promosi (X1)	51
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Desain Tempat (X2)	53
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	54
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.11 Indeks Koefisien Reliabilitas	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.13. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linear Sederhana	66
Tabel 4. 18 Hasil uji Determinan	69
Tabel 4. 18 Hasil uji T	69
Tabel 4.19 Hasil Uji F Simultan	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Jumlah Pengunjung Cafe Setara.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Grafik Histogram	61
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot.....	62