

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ROCKMEN COFFEE**

*Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
S.Bns.*

SKRIPSI



**Disusun Oleh:
ANGGRI NOVIYANDI
NIM 1902941**

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA**

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggri Noviyandi

NIM : 1902941

Program Studi : S1 Kewirausahaan

Judul Tugas-Akhir : **Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Rockmen Coffee**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Rockmen Coffee” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/ sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 5 September 2023



Anggri Noviyandi
1902941

LEMBAR PENGESAHAN

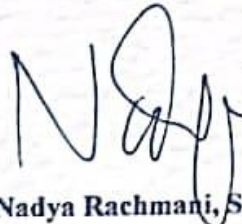
**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA ROCKMEN COFFEE
Tasikmalaya, September 2023**

Disetujui dan disahkan oleh:

Mengetahui,
Pembimbing I,



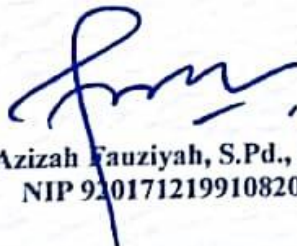
**Ismail Yusuf, ST. MBA
NIP 920171219870709101
Pembimbing II,**



**Nizza Nadya Rachmani, S.Hut., M.M
NIP 920200419920802201**

Diketahui:

Ketua Program Studi Kewirausahaan,



**Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd.
NIP 920171219910820201**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Rockmen Coffee Bandung. Mengingat Indonesia merupakan penghasil kopi terbesar ke-3 di dunia pada 2022/2023 yang telah memproduksi kopi sebanyak 11,85 juta kantong. Perkembangan *coffee shop* di Indonesia sangat pesat karena saat ini minum kopi sudah menjadi gaya hidup dengan adanya 649 coffee shop di Kota Bandung tentunya terjadi persaingan yang ketat oleh sebab itu perlu berbagai cara untuk meningkatkan pembelian. Objek pada penelitian ini adalah Rockmen Coffee. Penelitian ini menggunakan dua variabel untuk uji dampak, yaitu variabel bebas pada penelitian ini adalah lokasi (X_1) dan promosi (X_2) dan variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y). Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Hipotesis penelitian ini memiliki hubungan positif antara lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian Pada Rockmen Coffee. Untuk menguji hipotesis penelitian, peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan *Scale of Perceived Social Support* yang telah diterjemahkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, lokasi dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Lokasi, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the impact of location and promotion on purchasing decisions at Rockmen Coffee Bandung. Considering that Indonesia is the 3rd largest coffee producer in the world in 2022/2023 which has produced 11.85 million bags of coffee. The development of coffee shops in Indonesia is very important because currently drinking coffee has become a lifestyle with the existence of 649 coffee shops in the city of Bandung, of course there is intense competition, therefore various ways are needed to increase purchases. The object of this research is Rockmen Coffee. This research uses two variables to test the impact, namely the independent variables in this research are location (X1) and promotion (X2) and the dependent variable is purchasing decisions (Y). This research was conducted using a quantitative approach. This research hypothesis has a positive relationship between location and promotion on purchasing decisions at Rockmen Coffee. To test the research hypothesis, researchers collected data using the translated Scale of Perceived Social Support. The research results show that location has a positive effect on purchasing decisions, promotion has an effect on purchasing decisions, location and promotion have a simultaneous effect on purchasing decisions.

*Keywords: **Location, Promotion, Purchasing decisions***

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------------------------------|
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | Error! Bookmark not defined. |
| LEMBAR PENGESAHAN | Error! Bookmark not defined. |
| ABSTRAK | Error! Bookmark not defined. |
| UCAPAN TERIMAKASIH | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | Error! Bookmark not defined. |
| 1.1 Latar Belakang | Error! Bookmark not defined. |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.3 Tujuan Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 1.4 Manfaat Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.4.2 Manfaat Teoritis..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.4.3 Manfaat Praktis | Error! Bookmark not defined. |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 6 |
| 2.1 Kajian Pustaka | 6 |
| 2.1.1 Keputusan Pembelian..... | 6 |
| 2.1.2 Bauran Pemasaran..... | 9 |
| 2.1.3 Promosi | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | Error! Bookmark not defined.3 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | Error! Bookmark not defined.7 |
| 2.4 Hipotesis | Error! Bookmark not defined.9 |
| BAB III METODE PENELITIAN | Error! Bookmark not defined.0 |

| | | |
|--|---|---------------------------------------|
| 3.1 | Objek Penelitian | Error! Bookmark not defined. 0 |
| 3.2 | Metode dan Desain Penelitian | 20 |
| 3.2.1 | Metode Penelitian | 20 |
| 3.2.2 | Desain Penelitian | 20 |
| 3.3 | Operasionalisasi Variabel | Error! Bookmark not defined. |
| 3.4 | Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data | Error! Bookmark not defined. |
| 3.4.1 | Sumber Data..... | Error! Bookmark not defined. 4 |
| 3.4.2 | Alat Pengumpul Data | Error! Bookmark not defined. 4 |
| 3.5 | Populasi dan Sampel | Error! Bookmark not defined. 6 |
| 3.5.1 | Populasi..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3.5.2 | Sampel..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3.6 | Teknik Pengambilan Sampel | Error! Bookmark not defined. |
| 3.7 | Uji Instrumen Penelitian | Error! Bookmark not defined. 6 |
| 3.7.1 | Uji Validitas | Error! Bookmark not defined. 6 |
| 3.7.2 | Uji Reliabilitas | Error! Bookmark not defined. 7 |
| 3.8 | Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis | Error! Bookmark not defined. |
| 3.8.1. | Statistik Deskriptif | Error! Bookmark not defined. 8 |
| 3.8.2. | Uji Asumsi Klasik..... | Error! Bookmark not defined. 8 |
| 3.8.3. | Uji Hipotesis | 30 |
| BAB IV | | Error! Bookmark not defined. |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1 | Profil Singkat Perusahaan | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2 | Uji Instrumen Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2.1 | Uji Validitas | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2.2 | Uji Reliabilitas | Error! Bookmark not defined. |

| | | | |
|--|--|-------------------------------------|----------|
| 4.3 | Hasil Penelitian | Error! Bookmark not defined. | 4 |
| 4.3.1 | Gambaran Umum Responden | Error! Bookmark not defined. | |
| 4.3.2 | Gambaran Keputusan pembelian, Lokasi dan Promosi | Error! Bookmark not defined. | 5 |
| 4.3.3 | Deskripsi Variabel X ₁ (Lokasi)..... | Error! Bookmark not defined. | 6 |
| 4.3.4 | Deskripsi Variabel X ₂ (Promosi)..... | Error! Bookmark not defined. | 7 |
| 4.3.5 | Deskripsi Variabel Y (Keputusan pembelian) | Error! Bookmark not defined. | |
| 4.3.6 | Hasil Uji Asumsi Klasik | Error! Bookmark not defined. | 9 |
| 4.3.7 | Uji Regresi Linear Berganda | Error! Bookmark not defined. | 1 |
| 4.3.8 | Uji Hipotesis | Error! Bookmark not defined. | 2 |
| 4.4 | Pembahasan Hasil Penelitian | Error! Bookmark not defined. | 4 |
| BAB V..... | | Error! Bookmark not defined. | 7 |
| KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI | | Error! Bookmark not defined. | 7 |
| DAFTAR PUSTAKA | | Error! Bookmark not defined. | 9 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-------------------------------------|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 13 |
| Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel..... | 23 |
| Tabel 3. 2 Bobot Skala Likert | 25 |
| Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas | 32 |
| Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas..... | 34 |
| Tabel 4. 3 Usia Responden | 35 |
| Tabel 4. 4 Jenis Kelamin Responden | 35 |
| Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif | 36 |
| Tabel 4. 6 Persentase Skor Per Indikator Variabel X ₁ | 36 |
| Tabel 4. 7 Persentase Skor Per Indikator Variabel X ₂ | 37 |
| Tabel 4. 8 Persentase Skor Per Indikator Variabel Y | 38 |
| Tabel 4. 9 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov | 39 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas | 40 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 41 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (Uji T)..... | 42 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Simultan (Uji F)..... | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4. 14 Koefisien Determinas..... | Error! Bookmark not defined. |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-------------------------------------|
| Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Rockmen Coffee Tahun 2022 | Error! Bookmark not defined. |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran | 18 |
| Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| Gambar 3. 1 Alur Penelitian | 21 |
| Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas P-Plot | 39 |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 41 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 54 |
| Lampiran 2 Hasil Data Penelitian | 59 |
| Lampiran 3 Hasil Data Statistik | 65 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Validitas | 68 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas | 71 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas | 73 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas | 74 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 75 |
| Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis..... | 76 |

DAFTAR PUSTAKA

- Alauddin, M., L. (2017). Pengaruh lokasi dan promosi terhadap proses keputusan pembelian busana muslim merek motif Bandung [undergraduate thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung]. Repository Universitas Pasundan Bandung. <http://repository.unpas.ac.id/30363/>.
- Ariana, I., K. (2022). Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas dan citra merek terhadap keputusan pembelian motor honda scoopy di kota Denpasar-bali [undergraduate thesis, Universitas Mahasaraswati Denpasar]. Universitas Mahasaraswati Denpasar. <https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/2362/>.
- Fajar, A., S., & Fathoni, A.,L. B. H. (2015). Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian lemari es merek lg di pt. global elektronik banyumanik semarang. *Journal of Management*, 1(1), 1-9.
- Astawa, I. G. P. B., Darmawan, N. A. S., Kumala, K. D. A., & Berchmans, W. Y. (2021, November). *Influence of product variables, prices, location and promotions on purchasing decisions at warung d'taman restaurants in tabanan*. In *6th International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS 2021)* (pp. 446-451). Atlantis Press.
- Desri, S., Nur, A., & Sannia, R. (2023). The influence of location and promotion on purchasing decisions (case study on sarua keneh consumers payakumbuh city). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 2(7), 1367-1376.
- Elvera, E., & Astarina, Y. (2020). Pengaruh promosi online dan lokasi terhadap volume penjualan 'kimi collection' kota pagar alam. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 47-56.
- Fitriani, A., L. (2012). Analisis faktor-faktor pemilihan merek pada distro inspired soekarno hatta malang [undergraduate thesis, universitas islam negeri Maulana Malik Ibrahim]. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. <http://etheses.uin-malang.ac.id/2094/>.
- Gerung, C., J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil nissan x-trail pada pt. wahana wirawan manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi*,

Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 5(2), 2-7.

- Hartini, S., & Sari, D., R. (2020). Pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada kedai mie korea. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 31-42.
- Hasbiyadi, H., Mursalim, M., Suartini, S., Djunaid, S., & Masrum, A., A. (2017). Pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian perumahan villa samata sejahtera pada PT. sungai saddang sejahtera. *Jurnal Ilmiah Bongaya*, 2(2), 57-64.
- Hatma, D., & Nainggolan, B. (2021). Pengaruh kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di catering yvonne's. *Panorama Nusantara*, 16(1), 1-14.
- Hidayat, R., T., & Zuliarni, S. (2014). Pengaruh lokasi usaha pada volume penjualan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 9(2), 92-100.
- Hidayat, T. (2020). Analisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 109-119.
- Hotima, S., H. (2018). Pengaruh faktor lokasi terhadap keputusan pembelian produk. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 13(2), 70-77.
- Hulasoh, E., & Riki, R. (2022). Pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada produk manset safety di toko tawakal pondok aren–Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 1-6.
- Katrin, I., L., & Setyorini, H., D. (2016). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di restoran javana bistro Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 3(2), 75-83.
- Kurnia, M., R., Djumali, D., & Istiqomah, I. (2017). Pengaruh merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian peralatan olahraga tenis meja oke sport di kecamatan wonosari. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 24(1), 33-42.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online pada shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185-195.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada alfamart cabang Cipondoh. *Journal of*

Economic, Management, Accounting and Technology, 4(1), 43-54.

- Nugraha, M., R., & Juanim, H. (2018). Pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Kopi Panggang Dago [undergraduate thesis, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung]. Repository Universitas Pasundan Bandung. <http://repository.unpas.ac.id/37805/>.
- Polla, F., C., Mananeke, L., & Taroreh, R., N. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pt. indomaret manado unit jalan sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4). (3068-3077).
- Rokayah, S. (2019). Pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian studi kasus di bakpia ahmad's family ds. gembleb kec. pogalan kab. trenggalek [undergraduate thesis, IAIN PONOROGO]. Ethese Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/6124/1/watermark%20BENAR.pdf>.
- Sari, D., P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-533.
- Silfiana, Z., & Aswad, M. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada minuman nyoklat klasik bu dendy tulungagung. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(8), 2636-2643.
- Sopian, A. M. (2017). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi Euy Kota Bandung) [undergraduate thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung]. Repository Universitas Pasundan Bandung. <http://repository.unpas.ac.id/37805/>.
- Sulastri, A., & Prasetyo, B. (2022). Pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah di PD Raharja Cimahi. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 2(6), 333-348.
- Sundari, F., Purba, P., Y., Winata, T., & Wijaya, W. (2021). Effect of price, location, and promotion on purchasing decisions at Sam city. *Jurnal*

Mantik, 5(1), 394-401.

- Susanti, N., & Hidayah, R. (2023). The effect of price, location, promotion and service on purchasing decisions at cv anugerah kirana motor Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 4(1), 139-154.
- Syafira, W., & Murtani, A. (2021). Analisis strategi promosi, kualitas pelayanan dan kenyamanan biro perjalanan umrah (studi kasus pada pt. Gadika expressindo medan). *Jurnal al-qasd islamic economic alternative*, 2(1), 40-48.
- Tambayong, J., D., Mandey, S., L., & Ogi, I., W. (2021). Analisis pengaruh marketing mix (4p) terhadap keputusan pembelian di rumah makan ayam penyet sugi rasa khas cirebon manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3). (131-140)
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh store atmosphere, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(03), 1-18.
- Widjaja, A., E. (2018). Pengaruh lokasi, harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan ojek online. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(02), 169-178.
- Wulandari, R., & Yudhi Koesworodjati, S., E. (2019). Pengaruh lokasi dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada in and out urban eatery Bandung. [undergraduate thesis, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas]. Repository Universitas Pasundan Bandung. <http://repository.unpas.ac.id/43295/>.