

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
COFFEESHOP BAKS KOTA PASURUAN**

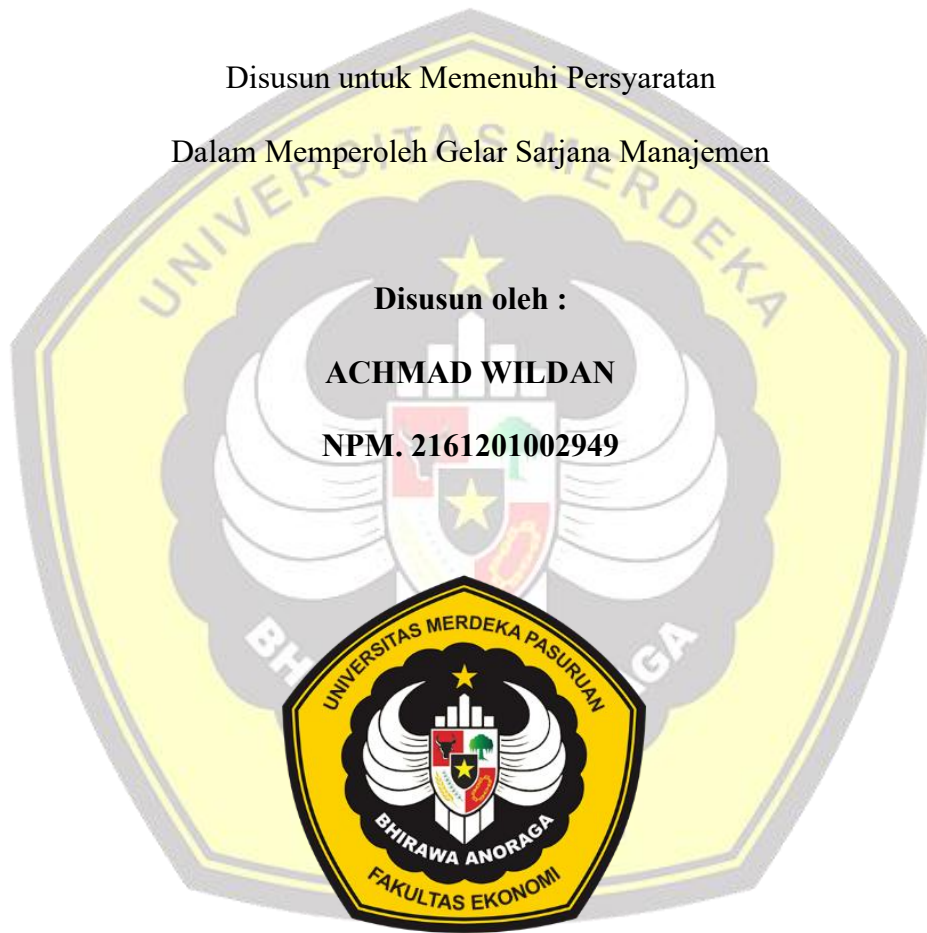
SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

ACHMAD WILDAN

NPM. 2161201002949



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN
TAHUN 2025**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Achmad Wildan
Nomor Pokok Mahasiswa (NPM) : 2161201002949
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk
dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian
Pada *Coffeeshop* Baks Kota Pasuruan.

Pasuruan, 25 Juli 2025

DISETUJUI DAN DITERIMA

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Dra. A. Ratna Pudyaningsih., M.M.)

(Yufenti Oktafiah, SE., M.S.A.)

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dra. A. Ratna Pudyaningsih., M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Pada tanggal 25 Juli 2025.

TIM PENGUJI :

1. Dra. Sri Hastari., M.M.

1. Ketua.....

2. Dra. A. Ratna Pudyaningsih., M.M.

2. Sekretaris.....

3. Yufenti Oktafiah., S.E., M.S.A.

3. Anggota.....

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan



Dra. A. Ratna Pudyaningsih., M.M.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT (ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Achmad Wildan

NPM : 2161201002949

Alamat : Jl. Margo Taruno, Rt. 07, Rw. 01

Kel. Kebonagung, Kec Purworejo, Kota Pasuruan

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul :

“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffeeshop* Baks Kota Pasuruan.” adalah hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah Orang lain baik berupa Artikel : Thesis ataupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sanksi.

Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 25 Juli 2025

Yang Membuat



Achmad Wildan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Achmad Wildan

Nomor Pokok Mahasiswa : 2161201002949

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat dan Tanggal Lahir : Pasuruan, 25 Juli 2002

Alamat : Jl. Margo Taruno, Rt. 07, Rw. 01
Kel. Kebonagung, Kec Purworejo, Kota Pasuruan

Nama Orang Tua (Ayah) : Moch Ikhsan
(Ibu) : Muji Wahyuni

Riwayat Pendidikan : SD Negeri Bukir Kota Pasuruan 2009 – 2015
SMP Negeri 10 Kota Pasuruan 2015 – 2018
MAN Kota Pasuruan 2018 – 2021
Universitas Merdeka Pasuruan 2021 – 2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga bisa menuntaskan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffeeshop* Baks Kota Pasuruan.”** Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Merdeka Pasuruan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat tersusun. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Sulistyawati M.P. Selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Merdeka Pasuruan.
2. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM. Selaku Dekan dan Dosen Pembimbing I Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan serta memberikan bimbingan dan masukan dalam menyelesaikan skripsi di Fakultas Ekonomi.
3. Yufenti Oktafiah, S.E., M.S.A. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dra. Sri Hastari, M.M selaku Dosen Penguji yang telah menguji skripsi saya dan memotivasi selama proses perkuliahan.
5. Segenap dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan yang telah mendampingi dan membantu selama proses perkuliahan.

6. Orang tua penulis, Moch Ikhsan dan Muji Wahyuni yang senantiasa memberikan dukungan dan doa selama ini serta motivasi sehingga saya bisa menuntaskan skripsi ini, semoga beliau bangga dengan proses yang saya lalui.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
8. Kepada diri saya sendiri yang sudah bertahan dan berjuang keras sampai saat ini, dengan perjalanan panjang yang telah dilewati serta berbagai rintangan yang dihadapi tetapi masih bisa kuat dan mandiri dalam menghadapi semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Pasuruan, 25 Juli 2025



Achmad Wildan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT (ORISINALITAS).....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Keputusan Pembelian.....	10

1. Pengertian Keputusan Pembelian	10
2. Indikator Keputusan Pembelian	10
B. Persepsi Harga	11
1. Pengertian Persepsi Harga	11
2. Dimensi Persepsi Harga	12
3. Indikator Persepsi Harga	13
C. Kualitas Produk	14
1. Pengertian Kualitas Produk	14
2. Indikator Kualitas Produk	14
D. Lokasi	16
1. Pengertian Lokasi	16
2. Indikator Lokasi	17
E. Hubungan Antar Variabel	17
1. Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	17
2. Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	18
3. Hubungan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	19
4. Hubungan Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	19
5. Hubungan Persepsi Harga, Kualitas Produk, Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	21

F. Penelitian Terdahulu	22
G. Kerangka Konsep Penelitian	24
H. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Definisi Operasional Variabel.....	28
1. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	28
2. Variabel Bebas (<i>Independent Variabel</i>)	30
a. Persepsi Harga (X1)	30
b. Kualitas Produk (X2).....	31
c. Lokasi (X3).....	32
B. Ruang Lingkup Penelitian	34
C. Lokasi Penelitian	34
D. Populasi	34
E. Sampel	34
F. Jenis dan Sumber Data.....	36
1. Jenis Data.....	36
2. Sumber Data	36
G. Teknik Pengumpulan Data.....	37
H. Teknik Analisis Data.....	39
1. Uji Instrumen Data	39

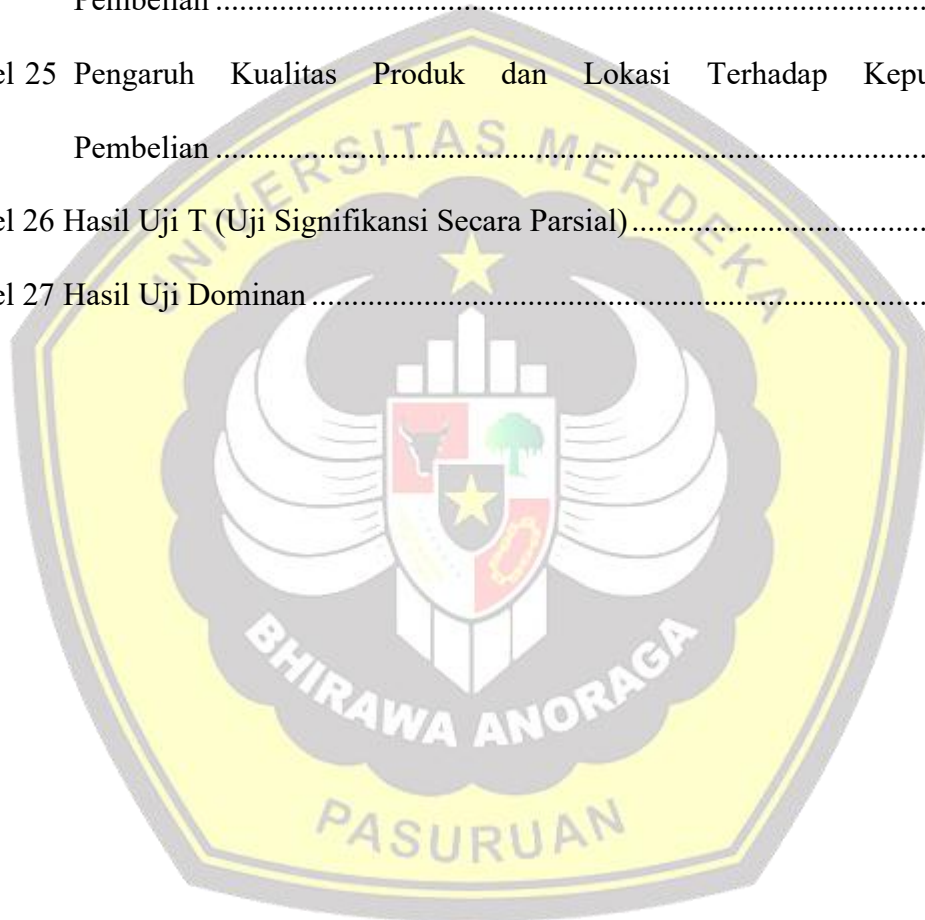
2. Analisis Deskriptif.....	41
3. Uji Asumsi Klasik	42
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
5. Analisis Koefisien Determinan ($Adjusted R^2$)	46
6. Pengujian Hipotesis	46
7. Analisis Pengaruh Dominan	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Hasil Penelitian	49
1. Profil Perusahaan.....	49
2. Uji Instrumen.....	51
3. Analisis Deskriptif.....	53
4. Uji Asumsi Klasik	66
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
6. Analisis Koefisien Determinasi ($Adjusted R^2$)	75
7. Pengujian Hipotesis	78
8. Analisis Pengaruh Dominan	83
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
1. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	83

2. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	85
3. Pengaruh Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	87
4. Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	90
5. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	92
6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	94
7. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
A. KESIMPULAN	98
B. SARAN	101
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2 Instrumen Skala Likert.....	39
Tabel 3 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	56
Tabel 9 Hasil Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X1).....	57
Tabel 10 Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2).....	59
Tabel 11 Hasil Deskriptif Variabel Lokasi (X3).....	62
Tabel 12 Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 13 Hasil Uji Normalitas <i>One Sample Kolmogorof-Smirnov Test</i>	67
Tabel 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 15 Hasil Uji Linieritas.....	71
Tabel 16 Hasil Uji Autokorelasi	73
Tabel 17 <i>Output</i> Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel 18 Hasil Uji <i>Adjusted R2</i>	76
Tabel 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (X1,X2 terhadap Y).....	76
Tabel 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (X1,X3 terhadap Y).....	77
Tabel 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (X2,X3 terhadap Y).....	77

Tabel 22 Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	78
Tabel 23 Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	79
Tabel 24 Pengaruh Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	80
Tabel 25 Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	80
Tabel 26 Hasil Uji T (Uji Signifikansi Secara Parsial)	81
Tabel 27 Hasil Uji Dominan	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 2 Hasil Uji Normalitas P – Plot.....	68
Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Kuisisioner

Lampiran 2. Jadwal Penelitian

Lampiran 3. Tabulasi Data

Lampiran 4. Karakteristik Responden

Lampiran 5. Deskriptif Variabel

Lampiran 6. Uji Instrumen

Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8. Analisis Regresi Berganda

Lampiran 9. Analisis Determinan Adjusted (R^2)

Lampiran 10. Pengujian Hipotesis

Lampiran 11. Analisis Dominan

Lampiran 12. R Tabel

Lampiran 13. Durbin Watson Tabel

Lampiran 14. F Tabel

Lampiran 15. T Tabel

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEESHOP BAKS KOTA PASURUAN

Achmad Wildan¹, Agnes Ratna Pudyaningsih², Yufenti Oktafiah³

¹ Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3} Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

Email : achmadwildan250702@gmail.com¹, ratnahend@gmail.com²,
oktavivnty@gmail.com³

ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan industri coffeeshop di Kota Pasuruan memicu persaingan ketat, termasuk bagi Coffeeshop Baks yang mengalami rendahnya keputusan pembelian. Kondisi ini diduga dipengaruhi oleh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Coffeeshop Baks Kota Pasuruan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 80 pelanggan. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, ketiga variabel juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai Adjusted R² sebesar 0.679 menunjukkan bahwa 67,9% variasi keputusan pembelian dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Temuan ini mengindikasikan pentingnya pengelolaan harga yang tepat, peningkatan kualitas produk, dan pemilihan lokasi yang strategis dalam mendorong keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Keputusan Pembelian