

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, DESAIN  
PRODUK, DAN SUASANA TOKO TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI

(Studi Kasus Di Daily Coffee, Cakung Jakarta Timur )

SKRIPSI

TRISNA AMELIA

2114000460



SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI  
SEBAGIAN PERSYARATAN MENJADI  
SARJANA MANAJEMEN

PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA

2020

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

### PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI

(Studi Kasus Di Daily Coffee, Cakung Jakarta Timur )

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi atau plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat bahwa unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Jakarta, 5 Maret 2020

Trisna Amelia  
2114000460

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

### PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI


(Studi Kasus Di Daily Coffee, Cakung Jakarta Timur )

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs Yusuf Suhardi, MSi, MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, Serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.


Jakarta, 5 Maret 2020

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Yusuf Suhardi MSi, MM



Drs. Sumitro, MSc

## HALAMAN PENGESAHAN

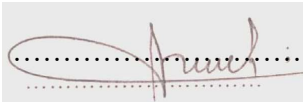


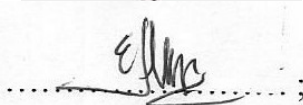
Skripsi dengan judul:

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN SUASANA  
TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI

(Studi Kasus Di Daily Coffee, Cakung Jakarta Timur )

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 13 April 2020 dengan nilai A-.

### Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Drs. Sumitro, MSc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Drs. Yusuf Suhardi MSi, MM  
(Pembimbing)
3.  ; Rama Chandra SE., ME  
(Penguji 1)
4.  ; Dr. Engkur S.IP., ME  
(Penguji 2)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT berkat Hidayah dan Karunia-Nya, serta segala nikmat yang telah diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di bidang Manajemen pada program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Drs. Yusuf Suhardi MSi, MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
3. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Ketua Program Studi S1-Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Segenap Dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia atas Ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama menyelesaikan studi.
5. Pihak Daily Coffe yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti lakukan.
6. Kepada Mama, Papa dan Adik yang ada dirumah, atas doa dan dukungannya sehingga penulis menjadi semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Kepada teman – teman di kampus Nadya Masli, Irfan , Tyara Putri , Dhani , Baid dan lainnya yang sudah membantu menyelesaikan penulisan skripsi.
8. Kepada Resha Bagaskara Nugraha yang selalu memberikan dukungan moral kepada penulis sehingga penulis menjadi lebih semangat.
9. Sahabat – sahabat dari kelas E manajemen yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, terimakasih atas kebersamaannya selama 4 tahun ini.

10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta,

Trisna Amelia  
NPM 2114000460

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Trisna Amelia
NPM	:	2114000460
Program Studi	:	S-1 Manajemen
Jenis Karya	:	Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusif Royalty - Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN SUASANA  
TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI

(Studi Kasus Di Daily Coffee, Cakung Jakarta Timur )

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 05 Maret 2020

Yang menyatakan,

Trisna Amelia

Trisna Amelia  
NPK : 2114000460  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Drs. Yusuf Suhardi MSi, MM

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, DESAIN PRODUK DAN  
SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI  
(Studi Kasus di Dially Coffe, Cakung, Jakarta Timur)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *keragaman produk*, *desain produk* dan *suasana toko terhadap keputusan pembelian kopi* di Daily Coffe Cakung. Strategi penelitian adalah asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Populasi di dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen Daily Coffe Cakung. Responden sebanyak 97 orang. Metode analisis menggunakan koefisien determinasi parsial & simultan, serta uji hipotesis dengan bantuan program SPSS versi 22.0.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan, artinya keragaman produk dari Daily Coffe mempengaruhi pelanggan dalam proses keputusan pembelian. Kemudian variabel desain produk berpengaruh positif dan signifikan, artinya desain produk dari Daily Coffe mempengaruhi pelanggan dalam proses keputusan pembelian. Kemudian variabel suasana toko berpengaruh positif dan signifikan artinya, suasana toko dari Daily Coffe mempengaruhi pelanggan dalam proses keputusan pembelian. Sehingga dapat dinyatakan bahwa keragaman produk, desain produk dan suasana toko dapat mempengaruhi proses pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian kopi.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi hubungan parsial antara keragaman produk dengan keputusan pembelian adalah 77,08%. Koefisien determinasi desain produk dengan keputusan pembelian adalah 84,64%. Adapun perhitungan koefisien determinasi parsial antara suasana toko dengan keputusan pembelian adalah 61,15%. Hasil pengujian hipotesis secara simultan disimpulkan keragaman produk, desain produk dan suasana toko dengan keputusan pembelian sebesar 89,8%.

*Kata Kunci : Keragaman Produk, Desain Produk, Suasana Toko, Keputusan  
Pembelian*



*Trisna Amelia*  
*NPK : 2114000460*  
*SI Management Study Program*

*Advisor :*  
*Drs. Yusuf Suhardi MSi, MM.*

*THE INFLUENCE OF PRODUCT DIVERSITY, PRODUCT DESIGN AND  
STORE ATMOSPHERE TO PURCHASE DECISION COFFEE  
(Study in Dially Coffe, Cakung, East Jakarta)*

*ABSTRACT*

*This study aims to determine the effect of product diversity, product design and store atmosphere on coffee purchasing decisions at the Daily Coffe Cakung. The research strategy is associative. The sampling technique uses purposive sampling. The population in this study is the entire family of Daily Coffe Cakung. Respondents were 97 people. The method of analysis uses partial & simultaneous determination coefficients, and hypothesis testing with the help of SPSS version 22.0.*

*In this study shows that the product diversity variable has a positive and significant effect, meaning that the diversity of products from Daily Coffe affects customers in the purchasing decision process. Then the product design variable has a positive and significant effect, meaning that the product design of Daily Coffe affects the customer in the purchasing decision process. Then the store atmosphere variable has a positive and significant meaning, the atmosphere of the shop from Daily Coffe influences customers in the purchasing decision process. So it can be stated that product diversity, product design and store atmosphere can influence customer processes to make coffee purchasing decisions.*

*Based on the calculation of the coefficient of determination the partial relationship between product diversity and purchasing decisions is 77.08%. The coefficient of determination of product design with purchasing decisions is 84.64%. The calculation of the partial determination coefficient between the atmosphere of the store with the purchase decision is 61.15%. The results of simultaneous hypothesis testing concluded that product diversity, product design and store atmosphere with a purchase decision of 89.8%.*

*Keywords: Product diversity, product design, store atmosphere, purchasing decisions.*

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	5
1.3    Tujuan Penelitian .....	5
1.4    Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1    Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	7
2.2    Landasan Teori .....	13
2.2.1. Pengertian Persepsi Harga .....	11
2.2.2. Strategi Pemasaran .....	14
2.2.3. Keragaman Produk .....	15
2.2.4. Pengertian Desain Produk .....	16
2.2.5. Suasana Toko.....	17
2.2.6. Keputusan Pembelian.....	19
2.3    Keterkaitan Antar Variabel.....	28
2.4    Hipotesis Penelitian .....	29
2.5    Kerangka Konseptual Penelitian .....	30

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1	Strategi Penelitian .....	31
3.2	Populasi dan Sampel .....	31
3.2.1	Populasi .....	31
3.2.2	Sampel .....	31
3.3	Data dan Metode Pengumpulan Data .....	34
3.3.1.	Data Primer.....	34
3.3.2.	Data Sekunder.....	34
3.4	Operasional Variabel .....	34
3.5	Metode Analisis Data .....	37
3.5.1	Pengolahan Data .....	37
3.5.2	Penyajian Data .....	38
3.5.3	Analisis Statistik Data .....	38
3.5.4	Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	39
3.5.5	Koefisien Determinasi.....	40
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	43
4.2	Deskripsi Responden .....	43
4.3	Deskripsi Data .....	45
4.3.1	Variabel Keragaman Produk ( $X_1$ ).....	46
4.3.2	Variabel Desain Produk ( $X_2$ ) .....	46
4.3.3	Variabel Suasana Toko ( $X_3$ ).....	47
4.3.4	Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	47
4.4	Hasil Uji Intrumen.....	48
4.4.1	Uji Validitas .....	48
4.4.2	Uji Realibilitas .....	50
4.5	Analisis Statistik Data.....	50
4.5.1	Analisis Koefisien Determinasi .....	50
4.5.2.	Pengujian hipotesis.....	52
4.6	Temuan Hasil Penelitian .....	54

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>57</b>
5.1	Simpulan .....	57
5.2	Saran .....	58
DAFTAR REFERENSI .....		59
LAMPIRAN .....		61

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1. Variabel dan Indikator Penelitian .....	35
Tabel 3.2. Skala Likert Penelitian .....	38
Tabel 3.3. Interpretasi Koefisien Korelasi.....	39
Tabel 3.4. Hasil Uji Koefisien Determinasi secara Simultan .....	53
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 4.4. Validitas Instrumen Per Butir Variabel Keragaman Produk (X1) .....	49
Tabel 4.5. Validitas Instrumen Per Butir Variabel Desain Produk (X2) .	50
Tabel 4.6. Validitas Instrumen Per Butir Variabel Suasana Toko (X3)....	50
Tabel 4.7. Validitas Instrumen Per Butir Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
Tabel 4.8. Hasil uji reabilitas untuk variabel Keragaman Produk, Desain Produk Suasana Toko, dan Keputusan Pembelian .....	51

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Proses keputusan pembelian .....	25
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	31
Gambar 4.1 Diagram Skala Likert Variabel Keragaman Produk .....	47
Gambar 4.2 Diagram Skala Likert Variabel Desain Produk .....	47
Gambar 4.3 Diagram Skala Likert Variabel Suasana Toko .....	48
Gambar 4.4 Diagram Skala Likert Variabel Suasana Keputusan Pembelian .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Daftar Kuisisioner .....	64
Lampiran 2. Hasil skor X1 Keragaman Produk .....	71
Lampiran 3. Hasil skor X2 Desain Produk .....	73
Lampiran 4. Hasil skor X3 Suasana Toko .....	76
Lampiran 5. Hasil skor Y1 Keputusan Pembelian .....	79
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk (X1) .....	82
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Desain Produk (X2) .....	83
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Suasana Toko ( X3) .....	84
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	85
Lampiran 10. Hasil Uji Relibilitas Variabel Keragaman Produk (X1) .....	86
Lampiran 11. Uji Regresi Berganda .....	87
Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup Peneliti .....	88