

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan karunia, hikmat, berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menulis skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOKUMI DI JOGJA CITY MALL” dengan baik. Penulisan Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu Universitas Pelita Harapan.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, tentu tidak terlepas dari adanya doa, bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

- 1) Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis.
- 2) Ibu Isana S.C Merana, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Bisnis.
- 3) Bapak Danet Arya Patria. S.E, MBA., selaku Ketua Konsentrasi Ritel Manajemen.
- 4) Bapak Hendra Achmadi M.M., M.Acc., selaku dosen pembimbing atas waktu, bimbingan, perhatian, nasehat, informasi, dan dukungannya selama proses penyelesaian skripsi ini.

- 5) Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.Si., M.M., M.Si., selaku dosen penasehat akademik (PA) atas dukungan, bimbingan, dan bantuannya selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
- 6) Seluruh dosen dan staf pengajar di Fakultas Manajemen Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan penulis berbagai ilmu, saran dan informasi selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
- 7) Keluarga penulis termasuk ayah, ibu, dan kakak atas doa, dukungan, dan kasih sayang kepada penulis.
- 8) Segenap manajemen dan barista Kokumi Jogja City Mall atas dukungan, bantuan, dan kesempatan untuk dapat melakukan penelitian di lokasi secara langsung.
- 9) Cindy Liyanto, Ivan Steven, James Kent, Kevin Salim dan seluruh teman – teman seperjuangan dalam menulis skripsi pada semester ini yang selalu memberikan dukungan dan nasehat.
- 10) Semua pihak yang telah berkontribusi dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis mempersembahkan makalah ini dengan penuh rasa syukur dan terima kasih. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat. penulis sadar bahwa penelitian ini belumlah sempurna. Oleh karena itu, saya mengharapkan masukan dan saran untuk menyempurnakan makalah ini.

Magelang, 19 November 2020

Penulis

DAFTAR ISI

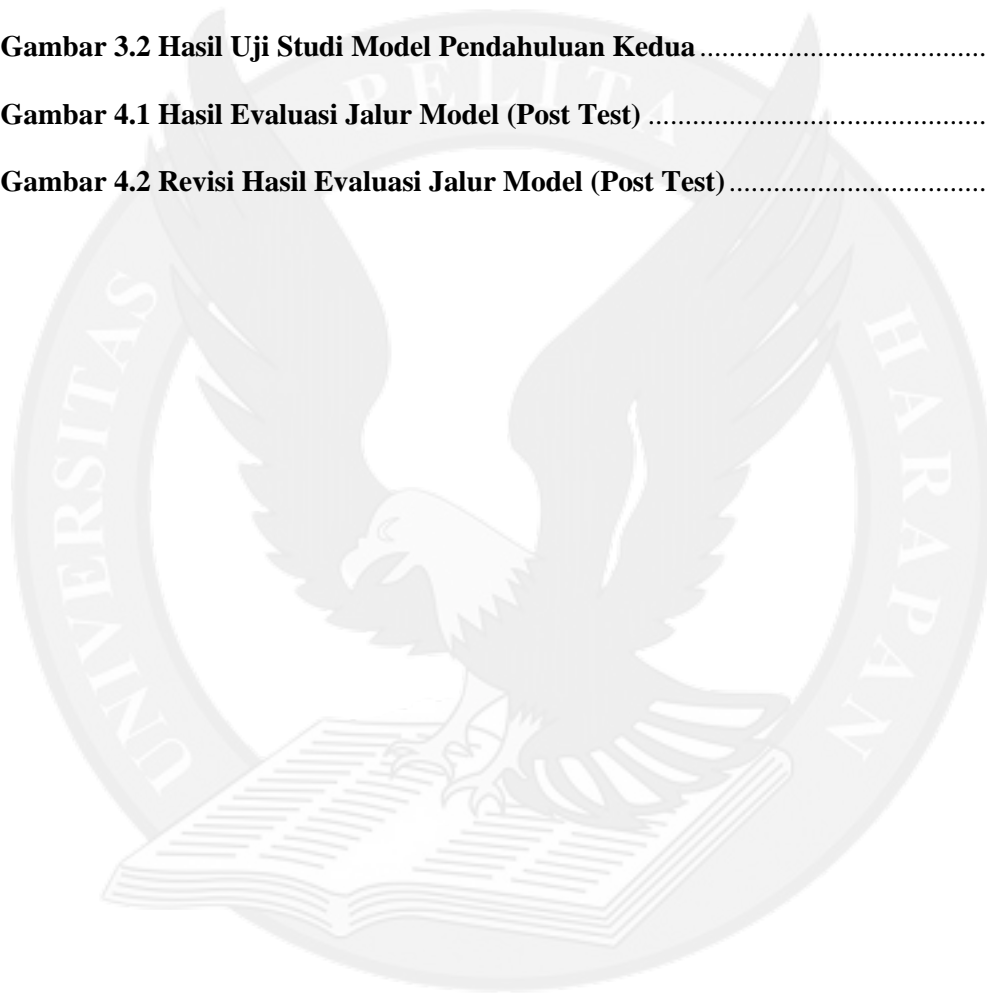
SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Marketing Mix</i>	14
2.1.2 Kualitas Produk.....	14
2.1.3 Harga.....	16
2.1.4 Promosi	17
2.1.5 Lokasi.....	18
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	19
2.1.7 Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	20
2.1.8 Harga dan Keputusan Pembelian	21
2.1.9 Promosi dan Keputusan Pembelian.....	22

2.1.10	Lokasi dan Keputusan Pembelian	23
2.2	Hipotesis	24
2.3	Kerangka Penelitian	24
	24
BAB III	25
METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1.	Jenis Penelitian.....	25
3.2.	Desain Penelitian	26
3.3.	Objek Penelitian.....	26
3.4.	Subjek Penelitian	27
3.5.	Unit Analisis	27
3.6.	Variabel.....	28
3.7.	Skala Pengukuran Variabel.....	28
3.8.	Definisi Konseptual dan Operasional	29
3.9.	Sumber Data.....	35
3.10.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.11.	Populasi dan Sampel	36
3.11.1.	Penentuan Jumlah Sampel	37
3.12.	Teknik Analisis Data.....	38
3.12.1.	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	39
3.12.2.	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	41
3.13.	Metode Analisis Data.....	41
3.14.	Model Penelitian PLS	43
3.15.	Studi Pendahuluan	45
3.15.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Studi Pendahuluan Pertama	45
3.15.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Studi Pendahuluan Kedua.....	48
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN	53
4.1	Hasil Penelitian	53
4.1.1	Profil Responden.....	53
4.2	Test <i>Post Test</i>	55
4.3	Statistik Deskriptif	55
4.3.1	Kualitas Produk.....	55

4.3.2 Harga.....	57
4.3.3. Promosi	59
4.3.4 Lokasi.....	60
4.3.5 Keputusan Pembelian.....	61
4.4 Statistik Inferensial	62
4.4.1 Model Pengukuran (Outer Model).....	63
4.4.2 Model Struktural (Inner Model).....	68
4.5 Pembahasan Hipotesis	72
4.5.1 Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	72
4.5.2 Harga dan Keputusan Pembelian	73
4.5.3 Promosi dan Keputusan Pembelian.....	74
4.5.4 Lokasi dan Keputusan Pembelian	75
BAB V.....	76
KESIMPULAN.....	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Implikasi Manajerial	76
5.3.1. Keterbatasan.....	78
5.3.2. Saran Berikutnya.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Transaksi Bulanan Penjualan Boba per Outlet Periode Januari 2018- Oktober 2018	2
Gambar 3.1 Model Penelitian PLS	44
Gambar 3.2 Hasil Uji Studi Model Pendahuluan Kedua	52
Gambar 4.1 Hasil Evaluasi Jalur Model (Post Test)	63
Gambar 4.2 Revisi Hasil Evaluasi Jalur Model (Post Test)	68



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Teens Index 2018 – 2020 Kategori Bubble Drink.....	4
Tabel 1. 2 Transaksi Penjualan dan Jumlah Produk Terjual Bulanan Kokumi Jogja City Mall periode August 2020 – Oktober 2020	5
Tabel 1. 3 Laporan Laba/Rugi Kokumi Jogja City Mall Periode Bulan Agustus – Oktober 2020	6
Tabel 1. 4 Hasil Survey terhadap keputusan pembelian produk Kokumi	6
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasional.....	29
Tabel 3. 2 Ringkasan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dalam Model Pengukuran PLS SEM.....	40
Tabel 3. 3 Nilai Rentang dan Kategori.....	42
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Composite Reliability Studi Pendahuluan Pertama	45
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Konvergen Studi Pendahuluan Pertama	46
Tabel 3. 6 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) Studi Pendahuluan Pertama	47
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan Pertama	47
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Composite Reliability Studi Pendahuluan Kedua	48
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Konvergen Studi Pendahuluan Kedua	48
Tabel 3. 10 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) Studi Pendahuluan Kedua	49
Tabel 3. 11 Hasil Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan Kedua.....	50
Tabel 4. 1 Persentase Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 2 Persentase Berdasarkan Domisili	54
Tabel 4. 3 Persentase Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	56

Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Harga.....	57
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Promosi	59
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Lokasi.....	60
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	64
Tabel 4. 10 Hasil Model Pengukuran (Outer Model)	64
Tabel 4. 11 Revisi Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)	65
Tabel 4. 12 Revisi Hasil Model Pengukuran (Outer Model).....	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Diskriminan Fornell-Larcker	66
Tabel 4. 14 Hasil Uji Composite Reliability.....	67
Tabel 4. 15 Koefisien Determinasi (R^2)	69
Tabel 4. 16 Tabel T-statistik dan P-value	69
Tabel 4. 17 Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis	71