

**STRATEGI LOKASI, *REFERENCE PRICE*, DAN *SOCIAL MEDIA*
MARKETING TERHADAP *CONSUMER INTEREST* PADA
STARBUCKS DI KOTA KEDIRI**

SKRIPSI



OLEH :

KIRANA ARISTA SALSABILA
NPM. 19042010045

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2023

**STRATEGI LOKASI, *REFERENCE PRICE*, DAN *SOCIAL MEDIA*
MARKETING TERHADAP *CONSUMER INTEREST* PADA
STARBUCKS DI KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



OLEH :

**KIRANA ARISTA SALSABILA
NPM. 19042010045**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN
"STRATEGI LOKASI, REFERENCE PRICE, DAN SOCIAL MEDIA
MARKETING TERHADAP CONSUMER INTEREST PADA STARBUCKS
DI KOTA KEDIRI"

Disusun Oleh :

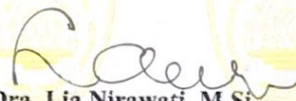
KIRANA ARISTA SALSABILA

NPM. 19042010045

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Lia Nirawati, M.Si

NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.

NPT. 368049400281

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI LOKASI, REFERENCE PRICE, DAN SOCIAL MEDIA
MARKETING TERHADAP CONSUMER INTEREST PADA STARBUCKS
DI KOTA KEDIRI

Disusun Oleh :

KIRANA ARISTA SALSABILA
NPM 19042010045

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 13 Januari 2023

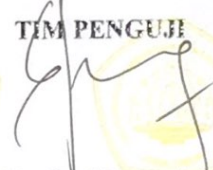
Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

TIM PENGUJI

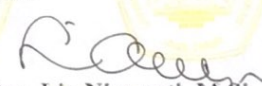
1. Ketua


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001


2. Sekretaris


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

3. Anggota


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,
DEKAN FISIP


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NPT. 368049400281



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kirana Arista Salsabila

NPM : 19042010045

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**Strategi Lokasi, *Reference Price*, dan *Social Media Marketing* terhadap
Consumer Interest pada Starbucks di Kota Kediri**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata 1 di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
3. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 13 Januari 2023
Yang membuat pernyataan



Kirana Arista Salsabila
NPM. 19042010045

ABSTRAK

STRATEGI LOKASI, *REFERENCE PRICE*, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *CONSUMER INTEREST* PADA STARBUCKS DI KOTA KEDIRI

KIRANA ARISTA SALSABILA

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

kiranaarista28@gmail.com

Lokasi dalam sebuah bisnis berfungsi sebagai tempat melakukan transaksi penjualan produk atau distribusi produk. Selain lokasi, kisaran harga suatu produk dianggap begitu penting. *Reference Price* merupakan harga yang akan dipikirkan dan dirujuk pembeli ketika mereka melihat produk tertentu. Strategi pemasaran baru yang pada saat ini perlu dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yaitu berupa *Social Media Marketing*. Salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang food and beverage di Indonesia, yaitu PT Sari Coffee Indonesia atau Starbucks Coffee Indonesia. Hingga saat ini, Starbucks telah memiliki gerai cabang yang berjumlah lebih dari 300 gerai yang tersebar di berbagai kota di Indonesia. Salah satunya yaitu Kota Kediri. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari lokasi, *reference price*, dan *social media marketing* terhadap *consumer interest* secara parsial dan simultan pada Starbucks di Kediri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi, *reference price*, dan *social media marketing* terhadap *consumer interest* secara simultan. Selain itu, lokasi dan *reference price* memiliki pengaruh terhadap *consumer interest* secara parsial pada Starbucks di Kediri. Namun, *social media marketing* tidak memiliki pengaruh terhadap *consumer interest* secara parsial pada Starbucks di Kediri.

Kata Kunci: *lokasi, reference price, social media marketing, consumer interest.*

ABSTRACT

STRATEGY OF LOCATION, REFERENCE PRICE, AND SOCIAL MEDIA MARKETING AGAINST CONSUMER INTEREST AT STARBUCKS IN KEDIRI CITY

KIRANA ARISTA SALSABILA

Departement of Business Administration, Faculty of Social and Political Science
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

kiranaarista28@gmail.com

Location in a business serves as a place to carry out product sales transactions or product distribution. In addition to location, the price range of a product is considered so important. Reference Price is the price that buyers will think and refer to when they see a particular product. A new marketing strategy that currently needs to be carried out by utilizing technology is in the form of Social Media Marketing. One of the companies engaged in the food and beverage sector in Indonesia, namely PT Sari Coffee Indonesia or Starbucks Coffee Indonesia. Until now, Starbucks has more than 300 branch outlets spread across various cities in Indonesia. One of them is the City of Kediri. This type of research uses a quantitative approach with the aim of knowing the effect of location, reference price, and social media marketing on consumer interest partially and simultaneously at Starbucks in Kediri. The results of this study indicate that location, reference price, and social media marketing affect consumer interest simultaneously. In addition, location and reference price have a partial influence on consumer interest at Starbucks in Kediri. However, social media marketing has no effect on consumer interest partially at Starbucks in Kediri.

Keywords: *location, reference price, social media marketing, consumer interest.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan Rahmat, Taufik, dan Hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kesehatan dan kekuatan untuk mengerjakan proposal ini dengan judul “**STRATEGI LOKASI, REFERENCE PRICE, DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP CONSUMER INTEREST PADA STARBUCKS DI KOTA KEDIRI**” sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan atau penulisan proposal ini tentunya penulis mendapatkan banyak bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak berupa moril, spiritual, maupun materiil. Oleh karena itu, dengan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan serta masukan yang sangat berharga dalam proses penulisan proposal ini.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal ini, antara lain:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa.
3. Seluruh dosen dan staf Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Kedua orang tua (Agus Budi Satriyo dan Anis Triningdyah) serta kakak (Syamsul Arifin dan Charisa Candraningtyas) atas doa, dukungan moral, motivasi, saran, dan kasih sayang yang tak henti-hentinya dalam proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang mendasar pada skripsi ini. Oleh karena itu penulis berharap kepada pembaca untuk memberikan masukan berupa kritik atau saran yang dapat membangun untuk penyempurnaan penulisan proposal ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, penulis juga berharap semoga melalui penulisan proposal ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memiliki kaitan dengan bahasan yang ada dalam tulisan ini.

Surabaya, 13 Januari 2023

Penulis,

Kirana Arista Salsabila

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Landasan Teori.....	16
2.2.1. Strategi Lokasi	16
2.2.1.1. Pengertian Lokasi.....	16
2.2.1.2. Faktor Pemilihan Lokasi.....	17
2.2.2. <i>Reference Price</i>	18
2.2.2.1. Pengertian <i>Reference Price</i>	18
2.2.2.2. Strategi Penentuan Harga.....	19
2.2.3. <i>Social Media Marketing</i>	22
2.2.3.1. Definisi <i>Social Media Marketing</i>	22
2.2.2.1. Strategi <i>Social Media Marketing</i>	23
2.2.4. <i>Consumer Interest</i>	27
2.2.5. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	28
2.2.5.1. Hubungan Strategi Lokasi dengan <i>Consumer Interest</i>	28
2.2.5.2. Hubungan <i>Reference Price</i> dengan <i>Consumer Interest</i>	29
2.2.5.3. Hubungan <i>Social Media Marketing</i> dengan <i>Consumer Interest</i>	30

2.3. Kerangka Berpikir	31
2.4. Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Pendekatan Penelitian	33
3.2. Definisi Pengukuran Variabel Operasional	34
3.2.1. Variabel Bebas	34
3.2.2. Variabel Terikat	37
3.2.3. Pengukuran Variabel.....	37
3.3. Populasi, Sampel, dan Penarikan Sampel	38
3.3.1. Populasi	38
3.3.2. Sampel.....	38
3.3.3. Penarikan Sampel.....	39
3.4. Pengumpulan Data	40
3.4.1. Sumber Data	40
3.4.1.1. Data Primer	40
3.4.1.2. Data Sekunder.....	40
3.4.2. Metode Pengumpulan Data	40
3.5. Uji Instrument Penelitian.....	41
3.5.1. Uji Validitas	41
3.5.2. Uji Reliabilitas	42
3.6. Teknik Analisis Data	43
3.6.1. Uji Asumsi Klasik	43
3.6.1.1. Uji Normalitas	43
3.6.1.2. Data Multikolinieritas	44
3.6.1.3. Heteroskedasitas.....	45
3.6.1.4. Uji Autokorelasi	45
3.6.2. Analisis Regresi Berganda.....	45
3.7. Teknik Uji Hipotesis.....	47
3.7.1. Uji F (Stimultan).....	47
3.7.2. Uji t (Parsial).....	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Hasil	50
4.1.1. Hasil Kuesioner Penelitian	50
4.1.2. Deskripsi Responden Penelitian	50
4.1.2.1. Domisili	50
4.1.2.2. Usia	51
4.1.2.3. Pekerjaan.....	52
4.1.3. Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	52
4.1.4. Uji Instrument Penelitian	54
4.1.4.1. Uji Validitas.....	54
4.1.4.2. Uji Reliabilitas	54
4.1.5. Uji Asumsi Klasik	55
4.1.5.1. Uji Normalitas	55
4.1.5.2. Uji Multikolinieritas.....	56
4.1.5.3. Uji Heteroskedasitas.....	57
4.1.5.4. Uji Autokorelasi	58
4.1.6. Analisis Regresi Berganda.....	58
4.1.7. Uji Hipotesis	59
4.1.7.1. Uji f	59
4.1.7.2. Uji t	60
4.2. Pembahasan.....	61
4.2.1. Pengaruh Lokasi terhadap <i>Consumer Interest</i>.....	61
4.2.2. Pengaruh <i>Reference Price</i> terhadap <i>Consumer Interest</i>	62
4.2.3. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Consumer Interest</i>	63
BAB V Kesimpulan dan Saran.....	66
5.1. Kesimpulan.....	66
5.2. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Upah Minimum Kabupaten Kediri dan Kota Kediri 2022	6
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	50
Tabel 4.2 Tabel berdasarkan domisili responden.....	50
Tabel 4.3 Tabel berdasarkan Usia Responden	51
Tabel 4.4 Tabel berdasarkan Pekerjaan Responden	52
Tabel 4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.12 Hasil Uji f	59
Tabel 4.13 Hasil Uji t	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Lokasi Starbucks di Kota Kediri.....	7
Gambar 3.1 Kurva Uji F (Stimultan).....	48
Gambar 3.2 Kurva Uji t (Parsial).....	49
Gambar 4.1.5.3 Uji Heteroskedasitas.....	57