

**PENGARUH HARGA, *STORE ATMOSPHERE*, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEHARI SEKOPI  
SIDOARJO**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :  
ANGELITA KUSUMA BKIS  
NPM :19024010004

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2023**

**PENGARUH HARGA, STORE ATMOSPHERE, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEHARI SEKOPI  
SIDOARJO**

Diajukan oleh :

Angelita Kusuma Bkis  
NPM. 19024010004

Telah diterima pada

Juli 2023

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing Pendamping



Dr. Dona Wahyuning Laily, SP., MP.  
NIP. 20219830810234

Dosen Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM.  
NIP. 19590211 198903 1 001

Mengetahui :

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.  
NIP. 19620712 199103 2 001



**PENGARUH HARGA, STORE ATMOSPHERE, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEHARI SEKOPI  
SIDOARJO**

Oleh:

Angelita Kusuma Bkis  
19024010004

Telah dipertahankan dihadapkan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian


Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Pada hari Senin tanggal 10 Juli 2023

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama

  
Dr. Dona Wahyuning Laily, SP., MP.  
NIP. 20219830810234


  
Prof. Dr. Ir. Sri Tiondro Winarno, MM.  
NIP. 19590211 198903 1 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis

  
Dr. Ir. D. Wanti Mindari, MP.  
NIP. 19631208 199003 2001

  
Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.  
NIP. 19620712 199103 2 001

## SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2022 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No.17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarism, maka saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul: **“PENGARUH HARGA, *STORE ATMOSPHERE*, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEHARI SEKOPI SIDOARJO”** menyatakan bahwa Skripsi tersebut bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 24 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Angelita Kusuma Bkis

19024010004

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan baik dan lancar tanpa ada satu kendala apapun. Penyusunan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, *Store Atmosphere*, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sehari Sekopi Sidoarjo**” ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan kuliah pada semester VIII program studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis sadar bahwa penyusunan Skripsi ini segala keberhasilan dan kesuksesan tidak lepas dari bantuan Allah SWT dan dari antuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Dona Wahyuning Laily, SP.MP. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, serta masukan untuk membimbing penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, MM selaku Ketua Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis S-1, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Segenap dosen pengajar Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Owner dan karyawan di kedai Sehari Sekopi Sidoarjo.
6. Kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan doa, semangat, serta kasih sayang yang tak terhingga.
7. Sahabat-sahabat saya yang telah memberikan semangat serta membantu dalam penulisan skripsi.

Penulis menyadari bila dalam penyusunan Skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, besar harapan penulis akan kritik dan saran yang bersifat membangun agar dapat menjadi lebih baik lagi.

Surabaya, 24 Juli 2023

Penulis

**PENGARUH HARGA, *STORE ATMOSPHERE*, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEHARI SEKOPI  
SIDOARJO**

*THE INFLUENCE OF PRICE, STORE ATMOSPHERE, AND BRAND IMAGE  
ON THE PURCHASING DECISION OF PRODUCT IN SEHARI SEKOPI  
SIDOARJO*

**Angelita Kusuma Bkis, Sri Tjondro Winarno, Dona Wahyuning Laily**

**ABSTRAK**

Tingginya tingkat konsumsi masyarakat Indonesia terkait konsumsi kopi membuat kedai kopi tersebar di seluruh wilayah. Beragamnya kedai kopi membuat para pebisnis perlu memilih cara yang tepat untuk menghadapi daya saing usahanya. Sehari Sekopi merupakan salah satu kedai kopi terkenal di Sidoarjo, khususnya di kawasan Kavling DPR Sidoarjo. Tujuan penelitian antara lain: 1) untuk mengidentifikasi karakteristik dan motivasi konsumen dalam pembelian produk Sehari Sekopi, dan 2) untuk menganalisis pengaruh harga, *store atmosphere*, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Sehari Sekopi. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dan menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Deskriptif dan SEM-PLS. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa, 1) Karakteristik responden didominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan, berusia 15-22 tahun, pekerjaan sebagai pelajar dan mahasiswa, memiliki pendapatan <Rp.500.000, dan intensitas berkunjung kurang dari tiga kali dalam satu bulan terakhir. Konsumen memiliki motivasi atau alasan berkunjung ke kedai kopi karena kualitas produknya yang baik, dan 2) Variabel harga, *store atmosphere*, dan citra merek berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sehari Sekopi.

Kata Kunci: harga, *store atmosphere*, citra merek, keputusan pembelian

**ABSTRACT**

*The high level of consumption of Indonesian people regarding coffee consumption makes coffee shops spread throughout the region. Various coffee shops make business people need to choose the right way to deal with the competitiveness of their business. Sehari Sekopi is one of the famous coffee shops in Sidoarjo, particularly in the Kavling DPR Sidoarjo area. This research aims to, 1) identify the characteristics and motivations of Sehari Sekopi consumers, and 2) analyze the effect of price, store atmosphere, and brand image on purchasing decisions for Sehari Sekopi products. The number of samples in this study was 100 respondents and used accidental sampling techniques. The analysis methods used are Descriptive Analysis and SEM-PLS. The results of this study are that, 1) The characteristics of respondents are dominated by female consumers, aged 15-22 years, work as students and university students, have an income of <Rp.500,000,*

*and the intensity of visiting <3 times in the past month. Consumers have a motivation or reason to visit a coffee shop because of the good quality of their products, and 2) price, store atmosphere, and brand image variables have a positive and significant effect on purchasing decisions for Sehari Sekopi products.*

*Key words: price, store atmosphere, brand image, purchasing decision*



## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Motivasi Konsumen .....	16
2.2.2 Keputusan Pembelian.....	20
2.2.3 Harga.....	23
2.2.4 <i>Store Atmosphere</i> .....	26
2.2.5 Citra Merek .....	32

2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Hipotesis .....	36
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
3.2 Metode Penentuan Lokasi.....	38
3.3 Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel .....	39
3.4 Jenis Data.....	40
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.6 Analisis Data.....	41
3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	51
3.7.1 Definisi Operasional .....	51
3.7.2 Pengukuran Variabel.....	52
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	56
4.1 Gambaran Umum Usaha.....	56
4.2 Karakteristik dan Motivasi Konsumen .....	57
4.2.1 Karakteristik Konsumen .....	57
4.2.2 Motivasi Konsumen.....	61
4.3 Pengaruh Harga, <i>Store Atmosphere</i> , dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	63
4.3.1 Persepsi Responden .....	63
4.3.2 Analisis SEM-PLS .....	68
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan .....	84

5.2 Saran .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	86
LAMPIRAN.....	91

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1.	Produsen Biji Kopi Robusta di Dunia Tahun 2015-2020 .....	1
1.2.	Daftar Café di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2014-2018 .....	5
3.1.	Kriteria Penilaian .....	43
3.2.	Rule of Thumb Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	49
3.3.	<i>Model Fit</i> dan <i>Quality Indices</i> .....	50
3.4.	Indikator dan Pengukuran Variabel .....	55
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung.....	61
4.6.	Motivasi Responden.....	62
4.7.	Penilaian Responden Terhadap Variabel Harga .....	63
4.8.	Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	65
4.9.	Penilaian Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	66
4.10.	Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	67
4.11.	Nilai <i>Loading Factor</i> .....	69
4.12.	Nilai AVE ( <i>Average Variance</i> ).....	71
4.13.	Nilai <i>Cross Loading Factor</i> .....	72
4.14.	Nilai Akar Kuadrat AVE ( <i>Average Variance Extracted</i> ) .....	73
4.15.	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	73

4.16. Nilai R-Square .....	74
4.17. Nilai Q-Square .....	75
4.18. Nilai GoF ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....	76
4.19. Nilai Path Coefficient, P-Value, dan Effect Size .....	77



## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.1.	Wilayah dengan Konsumsi Kopi di Dunia Tahun 2020-2021 .....	2
2.1.	Tahapan Keputusan Pembelian .....	20
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	36
3.1.	Tahapan Analisis SEM-PLS .....	45
3.2.	Kerangka Konseptual Variabel Harga .....	52
3.3.	Kerangka Konseptual Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	53
3.4.	Kerangka Konseptual Variabel Citra Merek .....	53
3.5.	Kerangka Konseptual Variabel Keputusan Pembelian .....	54
3.6.	Kerangka Konseptual Penelitian .....	54
4.1.	Model Stuktural <i>Partial Least Square</i> .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian .....	91
2.	Tabulasi Jawaban Responden .....	98
3.	Nilai <i>Outer Loadings</i> .....	102
4.	Nilai <i>Cross Loading</i> .....	102
5.	Nilai <i>Path Coefficient and P-Value</i> .....	103
6.	Nilai <i>Effect Size</i> .....	103
7.	Nilai <i>Latent Variable Coefficient</i> .....	104