

**PROBABILITAS KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH ROSELLA
COFFEE PORONG BERDASARKAN ASPEK PRODUK, HARGA,
TEMPAT TERHADAP PESAING PITSTOP KOPI PORONG**

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 :

NARESWARI YUSTISIANINDITA HARMANTITO

17042010052

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

2020

LEMBAR PERSETUJUAN

**PROBABILITAS KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH ROSELLA
COFFEE PORONG BERDASARKAN ASPEK PRODUK, HARGA,
TEMPAT TERHADAP PESAING PITSTOP KOPI PORONG**

Disusun Oleh :

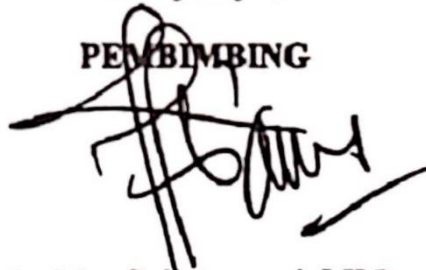
NARESWARI YUSTISIANINDITA HARMANTITO

NPM. 17042010052

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Ir. Lisa Sulistyawati, MM

NIP. 195802231987032001

Mengetahui,

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



Dr. Drs. Ec. Gender Sukirno, MS, QHRA

NIP. 195807011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

**PROBABILITAS KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH ROSELLA
COFFEE PORONG BERDASARKAN ASPEK PRODUK, HARGA,
TEMPAT TERHADAP PESAING PITSTOP KOPI PORONG**

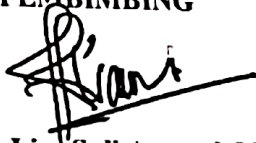
Disusun Oleh :

NARESWARI YUSTISIANINDITA HARMANTITO
NPM. 17042010052

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 01 Mei 2021

Menyetujui,

PEMBIMBING



Ir. Lisa Sulistyawati, MM
NIP. 195802231987032001

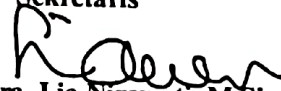
TIM PENGUJI

1. Ketua



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503219930920001

2. Sekretaris



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

3. Anagota



Ir. Lisa Sulistyawati, MM
NIP. 195802231987032001

Mengetahui,

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. E. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 194807011987031001

ABSTRAK

**NARESWARI YUSTISIANINDITA HARMANTITO (2021).
PROBABILITAS KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH ROSELLA
COFFEE PORONG BERDASARKAN ASPEK PRODUK, HARGA,
TEMPAT TERHADAP PESAING PITSTOP KOPI PORONG.**

Perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan harus melakukan strategi pemasaran dan perlu membuat inovasi baru sehingga tetap diminati oleh konsumen. Pesatnya perkembangan dalam dunia bisnis memicu persaingan yang cepat antar pebisnis. Rosella *Coffee* dan Pitstop Kopi merupakan kafe dengan nuansa modern yang menyajikan menu *coffee* maupun *non-coffee*. Pendapatan Rosella *Coffee* Porong mulai tahun 2018 hingga saat ini mengalami kondisi fluktuatif. Hal ini dikarenakan perekonomian yang kurang membaik dan banyaknya pesaing yang menghasilkan produk serupa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui probabilitas marjinal, probabilitas gabungan, probabilitas bersyarat Rosella *Coffee* Porong dan Pitstop Kopi Porong berdasarkan aspek produk, harga, dan tempat.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Rosella *Coffee* dan Pitstop Kopi Porong dan pengambilan sampel dengan *purposive* dan *quota sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Untuk pengumpulan data yaitu menggunakan instrumen tertulis kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis probabilitas.

Jika ditinjau dari hasil analisis probabilitas marjinal, disimpulkan probabilitas tertinggi adalah probabilitas konsumen memilih Rosella *Coffee* Porong dan Pitstop Kopi Porong berdasarkan produk sebesar 0,75. Jika ditinjau dari probabilitas gabungan Rosella *Coffee* Porong disimpulkan probabilitas tertinggi adalah probabilitas konsumen memilih Rosella *Coffee* berdasarkan produk dan tempat sebesar 0,86. Sedangkan Pitstop Kopi Porong, disimpulkan probabilitas tertinggi adalah probabilitas konsumen memilih Pitstop Kopi berdasarkan harga dan tempat sebesar 0,74. Jika ditinjau dari probabilitas bersyarat, disimpulkan probabilitas tertinggi adalah probabilitas Rosella *Coffee* Porong terhadap Pitstop Kopi Porong karena tempat yaitu sebesar 0,92.

Kata Kunci : Keputusan Konsumen, Produk, Harga, Tempat

ABSTRACT

NARESWARI YUSTISIANINDITA HARMANTITO (2021). PROBABILITY OF THE CONSUMER'S DECISION TO CHOOSE ROSELLA COFFEE PORONG BASED ON PRODUCT, PRICE, PLACE AGAINST COMPETITORS OF PITSTOP COFFEE PORONG.

The development of the increasingly competitive business world, companies must carry out marketing strategies and need to make new innovations so that it remains in demand by consumers. The rapid development in the business world triggers rapid competition between business people. Rosella Coffee and Pitstop Kopi are cafes with modern nuances serving coffee and non-coffee menus. Rosella Coffee Porong's income from 2018 to date has fluctuated. This is because the economy is not improving and the number of competitors producing similar products. This study aims to determine the marginal probability, the combined probability, the conditional probability of Rosella Coffee Porong and Pitstop Kopi Porong based on product, price, and place aspects.

This type of research is quantitative. The population in this research were consumers of Rosella Coffee Porong and the sampling was purposive and quota sampling with a sample size of 100 respondents. For data collection using a written questionnaire instrument. The analytical method used is probability analysis.

If viewed from the results of the marginal probability analysis, it is concluded that the highest probability is the probability that consumers choose Rosella Coffee Porong and Pitstop Kopi Porong based on the product of 0.75. If viewed from the combined probability of Rosella Coffee Porong, it can be concluded that the highest probability is the probability that consumers choose Rosella Coffee based on the product and place of 0.86. While the Porong Coffee Pitstop, it can be concluded that the highest probability is the consumer's probability of choosing a Coffee Pitstop based on price and place of 0.74. If viewed from the conditional probability, it is concluded that the highest probability is the probability of Rosella Coffee Porong against Pitstop Kopi Porong because the location is 0.92.

Keywords : The Consumer's Decision, Product, Price, Place

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat, rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Probabilitas Keputusan Konsumen Memilih Rosella Coffee Porong Berdasarkan Aspek Produk, Harga, Tempat Terhadap pesaing Pitstop Kopi Porong”**. Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, baik dari materi maupun penyajiannya. Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Ir. Lisa Sulistyawati, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta membantu dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu, penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik dukungan moril, materil, maupun spiritual. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec Gendut Sukarno, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra. Siti Ning Farida, M.Si, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Mama dan kakak yang selalu memberikan dukungan serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat dan teman dekat yang tiada henti memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman – teman seperjuangan Administrasi Bisnis 2017
7. Mas Wahyu, selaku pemilik *Rosella Coffee* Porong yang telah membantu dalam memberikan tempat dan informasi bagi penulis dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis membutuhkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangsih bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	20
2.2.3 Perilaku Konsumen	24
2.2.4 Keputusan Konsumen	28
2.2.5 Produk	31
2.2.6 Harga	35
2.2.7 Tempat	38
2.2.8 Probabilitas	411
2.3 Kerangka Berpikir	477
2.4 Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN	500
3.1 Jenis Penelitian	50
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	50

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	522
3.3.1 Populasi	522
3.3.2 Sampel	533
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	533
3.4 Teknik Pengumpulan Data	533
3.4.1 Jenis Data dan Sumber Data	533
3.4.2 Pengumpulan Data	544
3.5 Teknik Analisa Data	544
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	611
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	611
4.1.1 Sejarah Perusahaan	611
4.1.2 Logo Perusahaan	622
4.1.3 Struktur Organisasi dan Job Description Perusahaan	633
4.1.4 Produk Perusahaan	655
4.2 Penyajian Data	68
4.2.1 Jumlah Konsumen Yang Memilih Rosella Coffee Porong	68
4.2.2 Jumlah Konsumen Yang Memilih Pitstop Kopi Porong	711
4.3 Analisis Data	744
4.3.1 Probabilitas Marjinal	755
4.3.2 Probabilitas Gabungan	755
4.3.3 Probabilitas Bersyarat	78
4.4 Pembahasan	800
4.4.1 Probabilitas Marjinal	800
4.4.2 Probabilitas Gabungan	811
4.4.3 Probabilitas Bersyarat	855
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	889
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Pendapatan Penjualan Rosella Coffee.....	6
Tabel 3.1 Probabilitas Keputusan Konsumen	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Rosella Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Rosella Berdasarkan Usia	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Rosella Berdasarkan Pembelian	70
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Pitstop Kopi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Pitstop Kopi Berdasarkan Usia	72
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Pitstop Kopi Berdasarkan Pembelian ..	72
Tabel 4.7 Probabilitas Konsumen yang Memilih Rosella Coffee Porong dan Pitstop Kopi Porong.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	47
Gambar 4.1 Logo Rosella Coffee Porong	62