

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *STORE ATMOSPHERE*, DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
*COFFEE SHOP* “RETJEH KOPI” DI MOJOKERTO**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**AMMA FIZKA ZAKIYATUL MISKIYA**

**NPM. 20012010008/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR**

**2024**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *STORE ATMOSPHERE*, DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
*COFFEE SHOP* "REJEH KOPI" DI MOJOKERTO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**AMMA FIZKA ZAKIYATUL MISKIYA**

**NPM. 20012010008/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2024**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, STORE ATMOSPHERE DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN COFFEE SHOP RETJEH KOPI  
DI MOJOKERTO**

Disusun Oleh :

**AMMA FIZKA ZAKIYATUL MISKIYA**  
20012010008/ FEB / EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 13 September 2024

Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si**  
NIP. 196901132021212003

Pembimbing Utama



**Zumrotul Fitriyah, SE, MM**  
NIP. 380121002881

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP**  
NIP. 196304201991032001



## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amma Fizka Zakiyatul Miskiyya  
NPM : 20012010008  
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Persepsi Harga, Store Atmosphere, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Retjeh Kopi di Mojokerto

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 12 September 2024

Yang Menyatakan



(Amma Fizka Zakiyatul Miskiyya)  
NPM. 20012010008

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, *STORE ATMOSPHERE*, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFEE SHOP ‘RETJEH KOPI’ DI MOJOKERTO*”**. Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan kurikulum pada Program Studi Manajemen yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sebagai Sarjana Manajemen.

Keberhasilan penyusunan usulan penelitian ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya bimbingan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak, maka dari itu penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Zumrotul Fitriyah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan arahan maupun bantuan secara tulus dan penuh kesabaran selama penulis menyusun skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran serta masukan yang berguna bagi penulis.
6. Wanita yang paling berharga ibu Kholilulloh yang senantiasa mendoakan, memberikan support, dan kepercayaannya kepada penulis.
7. Ira, Aulia Dewi, Hayyina Rahma, Duo Sejoli Fadilla & Jonsen, Oktavia, Irma, Ajeng, Silviana, Fehili, Debrina dan teman penulis lainnya yang senantiasa membantu, menghibur, dan memberikan dorongan serta motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Fhano Rendy Fatur Rachman, terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi ini.

Selama proses penulisan, penulis menyadari bahwa usulan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Segala saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan usulan penelitian ini.

Surabaya, 30 Agustus 2024

Amma Fizka Zakiyatul Miskiyya

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
ABSTRAK .....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	15
1.3    Tujuan Penelitian.....	15
1.4    Manfaat penelitian .....	16
BAB II.....	17
TINJAUAN PUSTAKA .....	17
2.1    Penelitian Terdahulu .....	17
2.2    Tinjauan Teori.....	20
2.2.1    Pemasaran .....	20
2.2.2    Pengertian Manajemen Pemasaran .....	21
2.2.3    Strategi Pemasaran .....	21
2.2.4    Persepsi Harga.....	24
2.2.5    Store Atmosphere.....	26
2.2.6    Lokasi.....	32
2.2.7    Keputusan Pembelian.....	34
2.3    Hubungan Antar Variabel .....	38
2.3.1    Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	38
2.3.2    Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.3.3    Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.4    Kerangka Pemikiran .....	41
2.5    Hipotesis.....	42
BAB III .....	43
METODE PENELITIAN.....	43

3.1	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel .....	43
3.1.1	Variabel Dependen.....	43
3.1.2	Variabel Independen .....	44
3.2	Pengukuran Variabel.....	46
3.3	Teknik Penentuan Populasi dan Sampel.....	47
3.3.1	Populasi.....	47
3.3.2	Sampel.....	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.4.1	Jenis Data .....	49
3.4.2	Sumber Data.....	49
3.4.3	Pengumpulan Data .....	49
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
3.5.1	Uji Validitas .....	51
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	51
3.6	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	52
3.6.1	Teknik Analisis Data.....	52
3.6.2	Cara Kerja PLS .....	53
3.6.3	Model Spesifikasi PLS.....	53
3.6.4	Langkah-Langkah PLS.....	54
3.6.5	Asumsi PLS.....	66
3.6.6	Ukuran Sampel.....	66
BAB IV .....		67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		67
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	67
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian .....	69
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden .....	69
4.2.2	Deskripsi Hasil Variabel .....	72
4.2.2.1	Hasil Variabel Persepsi Harga .....	73
4.2.2.2	Hasil Variabel Store Atmosphere.....	74
4.2.2.3	Hasil Variabel Lokasi.....	77
4.2.2.4	Hasil Variabel Keputusan Pembelian.....	79
4.3	Interpretasi Hasil Olah Data PLS .....	81



4.3.1	Pengkajian Model Pengukuran .....	81
4.3.2	Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator) .....	82
3.2.2	Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	90
3.2.3	Pengujian Hipotesis.....	91
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	93
4.4.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	93
4.4.2	Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian.....	95
4.4.3	Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian .....	96
KESIMPULAN DAN SARAN.....		98
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA .....		101
LAMPIRAN.....		108

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kebiasaan Minum Kopi di Indonesia.....	2
Tabel 1. 2 Daftar Coffee Shop di Wilayah Gondang dan Sekitarnya.....	5
Tabel 1. 3 Omset Penjualan Retjeh Kopi .....	8
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	70
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	71
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	72
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Variabel Persepsi Harga .....	73
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Variabel Store Atmosphere (Dimensi General Exterior) .....	74
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Variabel Store Atmosphere (Dimensi General Interior) .....	75
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Variabel Store Atmosphere (Dimensi Store Layout) .....	76
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Variabel Store Atmosphere (Dimensi Interior Display).....	76
Tabel 4. 10 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Variabel Lokasi .....	77
Tabel 4. 11 Jawaban Responden Terhadap Butir Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian.....	79
Tabel 4. 12 Outer Loading .....	83
Tabel 4. 13 Cross Loading .....	85
Tabel 4. 14 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	86
Tabel 4. 15 Composite Reliability (cr).....	87
Tabel 4. 16 Cronbach's Alpha.....	88
Tabel 4. 17 Outer Loading Second Order .....	88
Tabel 4. 18 Cronbach's Alpha, Composite Reliability, Average Variance Extracted (AVE) .....	89
Tabel 4. 19 Tabel R-Square .....	90
Tabel 4. 20 Table Path Coeffisien (Mean, STDEV, T Value).....	91

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Data Waktu Yang Digunakan Orang-Orang Saat Minum Kopi .....	3
Gambar 1. 2 Data Biaya Yang Biasanya Dibayarkan Untuk Pembelian Kopi.....	4
Gambar 1. 3 Hasil Pra Survei Persepsi Harga.....	10
Gambar 1. 4 Hasil Pra Survei Store Atmosphere.....	12
Gambar 1. 5 Rating Google Retjeh Kopi.....	12
Gambar 3. 1 Struktur Langkah PLS.....	55
Gambar 3. 2 Gambar Diagram Konstruk.....	57
Gambar 4. 1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coeficient dan R-Square.	81
Gambar 4. 2 Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping.....	93

## ABSTRAK

### **PENGARUH PERSEPSI HARGA, *STORE ATMOSPHERE*, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFEE SHOP* RETJEH KOPI DI MOJOKERTO**

Oleh:

Amma Fizka Zakiyatul Miskiyya  
20012010008/FEB/EM

Tingginya konsumsi kopi di Indonesia menjadi hal positif untuk perkembangan bisnis coffee shop. Sehingga tidak heran bisnis *coffee shop* mulai menjamur di kota-kota besar, dari *coffee shop* brand terkenal hingga *coffee shop* baru. Fenomena menjamurnya bisnis coffee shop juga terjadi di Mojokerto. Salah satu *coffee shop* yang ada di Kecamatan Gondang, Mojokerto adalah Retjeh Kopi. Dari hasil wawancara menunjukkan dalam 5 tahun terakhir omset penjualan rata-rata Retjeh Kopi mengalami penurunan. Menurunnya jumlah omset di Retjeh Kopi disebabkan oleh beberapa faktor yang bisa mempengaruhi penurunan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi harga, store Atmosphere, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Coffee shop Retjeh Kopi Mojokerto.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Coffee shop Retjeh Kopi Mojokerto. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan accidentel sampling dan jumlah sampelnya sebanyak 100 respon. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan. Analisis data menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis komponen dengan menggunakan alat analisis Partial Least Square (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

***Kata Kunci:*** Persepsi Harga, Store Atmosphere, Lokasi dan Keputusan Pembelian.