

**PENGARUH HARGA, *STORE ATMOSPHERE*, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
DI VANKO *COFFEE* SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

AKBAR BINTANG PERMANA

NPM : 19024010179

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

**PENGARUH HARGA, STORE ATMOSPHERE, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
DI VANKO COFFEE SURABAYA**

Oleh :

AKBAR BINTANG PERMANA
NPM : 19024010179


Telah diterima pada tanggal


20 Januari 2025

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing Pendamping


Dosen Pembimbing Utama


Dita Atasa, S.P., M.P.
NPT. 20219950221236


Ir. Sri Widayanti, MP.
NIP. 19620106190032001

Mengetahui :

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.
NIP. 20219950221236

**PENGARUH HARGA, STORE ATMOSPHERE, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
DI VANKO COFFEE SURABAYA**

Oleh:

AKBAR BINTANG PERMANA

NPM: 19024010179

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Hari Senin, 20 Januari 2025

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama



Dita Atasa, SP., MP
NPT. 20219950221236



Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 19620106190032001


Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Wanti Mindari, MP
NIP. 196312081990032001



Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP
NIP. 196207121991032001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme, maka saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul: PENGARUH HARGA, STORE ATMOSPHERE, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI VANKO COFFEE SURABAYA menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Akbar Bintang Permana
NPM. 19024010179

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran 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 Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk di Vanko Coffee Surabaya” ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan kuliah pada 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 bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ir. Sri Widayanti, MP. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dita Atasa, S.P., M.P. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, serta masukan untuk membimbing penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

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

5. Owner dan karyawan di kedai *Vanko Coffee* Surabaya.
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 bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, segala kritik dan saran yang konstruktif akan berguna agar dapat menghasilkan karya tulis yang lebih baik di lain kesempatan. Penulis harap skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca.

Surabaya, Januari 2025

Penulis

**Pengaruh Harga, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Keputusan Pembelian Di Vanko Coffee Surabaya**

***The Influence of Price, Store Atmosphere, and Service
Quality on Purchase Decisions at Vanko Coffee
Surabaya***

Akbar Bintang ¹⁾, Eko Nurhadi^{2)*}, Dita Atasa ³⁾

¹⁾Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,

^{2)*} Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,

³⁾ Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*Penulis Korespondensi : E-mail : ekonurhadi@upnjatim.ac.id

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. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian di Vanko Coffee Surabaya. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu dengan pengambilan sampel berdasarkan dengan siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) sebagai alat statistik. Data yang dikumpulkan dengan kuisisioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian; *store atmosphere* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Karakteristik konsumen, Kualitas pelayanan, keputusan pembelian, store

ABSTRACT

The high level of consumption of Indonesian people regarding coffee consumption has made coffee shops spread throughout the region. This study aims to determine the effect of service quality, price and store atmosphere on purchasing decisions at Vanko Coffee Surabaya. The sample used was 100 respondents. The sampling method uses purposive sampling, namely by taking samples based on whoever happens to meet the researcher. This study uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis using Partial Least Square (PLS) as a statistical tool. Data collected with questionnaires that have been tested for validity and reliability. The results showed that: service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions; price has a negative and insignificant effect on purchasing decisions; store atmosphere has a negative and insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: Consumer characteristics, price, store atmosphere, service quality, purchasing decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Keputusan Pembelian	13
2.2.2. Harga	15
2.2.3. <i>Store Atmosphere</i>	17
2.2.4. Kualitas Pelayanan	23

2.3. Kerangka Pemikiran	24
2.4. Hipotesis Penelitian.....	26
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
3.2. Metode Penentuan Lokasi.....	27
3.3. Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel	27
3.4. Jenis Data	29
3.5. Metode Pengumpulan Data	29
3.6. Analisis Data	30
3.7. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.7.1. Definisi Operasional	38
3.7.2. Pengukuran Variabel	39
3.8. Jadwal Pelaksanaan	43
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Gambaran Umum Vanko Coffee Surabaya	44
4.2. Analisis Deskriptif Karakteristik Konsumen	45
4.2.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	47
4.2.3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	48
4.2.4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	49
4.2.5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan	51
4.3. Analisis Data dan Pembahasan.....	52

4.3.1. Analisa Outer Model.....	53
4.3.2. Analisa <i>Inner Model</i>	58
4.3.3. Pengujian Hipotesis	59
V. KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1.	Pekerjaan atau Profesi Konsumen Kopi.....	4
3.1.	<i>Rule of Thumb</i> Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	37
3.2.	Indikator dan Pengukuran Variabel	42
3.3.	Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	43
4.2.	Karakteristik Konsumen Vanko Coffee Surabaya Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.3.	Karakteristik Konsumen Vanko Coffee Surabaya Berdasarkan Usia	47
4.4.	Karakteristik Konsumen Vanko Coffee Surabaya Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
4.5.	Karakteristik Konsumen Vanko Coffee Surabaya Berdasarkan Pekerjaan	50
4.6.	Karakteristik Konsumen Vanko Coffee Surabaya Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	51
4.7.	Hasil <i>Loading Factor</i> Seluruh Konstruk	54
4.8.	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	57
4.9.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel	58
4.10.	Nilai <i>R-Square</i>	59
4.11.	Hasil <i>Path Coefficients</i> Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	61

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1.	Wilayah dengan Konsumsi Kopi Tertinggi di Dunia Tahun 2020/2021	2
2.1.	Tahapan Keputusan Pembelian	13
2.2.	Kerangka Pemikiran	25
3.1.	Tahapan Analisis SEM-PLS.....	33
3.2.	Kerangka Konseptual Variabel Harga	39
3.3.	Kerangka Konseptual Variabel Store Atmosphere	40
3.4.	Kerangka Konseptual Variabel Kualitas Layanan.....	40
3.5.	Kerangka Konseptual Keputusan Pembelian.....	41
3.6.	Kerangka Konseptual Penelitian.....	41
4.1.	Hasil <i>Loading Factor</i> Uji <i>Outer Model</i>	53
4.2.	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	60

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	75
2.	<i>Loading Factor</i> Seluruh Konstruk	82
3.	<i>Discriminant Validity</i>	82
4.	<i>Construct Reliability and Validity</i>	83
5.	Nilai <i>R-square</i>	83
6.	<i>Path Coefficients</i>	83
7.	Tabulasi Data	84