

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI,
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MEMBELI PRODUK KOPI KELILING
PADA GENERASI Z DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

RIZKY DWINANDA
NPM: 20024010094

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK
KOPI KELILING PADA GENERASI Z DI SURABAYA**

Oleh:

RIZKY DWINANDA
NPM: 20024010094

Telah diterima pada
26 Agustus 2025

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, M.M.
NIP. 195902111989031001

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

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis

Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP
NIP. 19620712 199103 2001

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK
KOPI KELILING PADA GENERASI Z DI SURABAYA**

Oleh:

RIZKY DWINANDA
NPM: 20024010094

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Pada 26 Agustus 2025

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, M.M.
NIP. 195902111989031001

Mengetahui:

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

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi
Agribisnis

Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P
NIP. 19631208 199003 2001

Dr. Ir. Nuriyah Yuliati, MP
NIP. 19620712 199103 2001

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 Kualiatas Produk, Harga, Lokasi, dan Media Sosial terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Kopi Keliling pada Generasi Z di Surabaya** menyatakan bahwa skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Surabaya, 26 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 1000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'STAMPEL', and 'METERAI TELPAK'. The serial number '278F9ALX088210224' is visible at the bottom of the stamp.

Rizky Dwinanda
NPM. 20024010094

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya dan Shalawat serta salam saya tucurahkan kepada junjungan saya Nabi Muhammad SAW sehingga saya dapat menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Media Sosial terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Kopi Keliling pada Generasi Z di Surabaya” tepat waktu tanpa halangan apapun. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 atau S1 di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis.

Penulis menyadari bahwasanya dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, M.M. selaku dosen pembimbing utama dan Dita Atasa S.P., M.P. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan banyak ilmu, pengarahan serta masukan dengan penuh kesabaran.

Skripsi ini juga tidak lepas dari dukungan serta bantuan dari banyak pihak yang telah memberikan dorongan serta bimbingannya. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada berbagai pihak, diantaranya:

1. Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Prof. Dr. Ir. 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 Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Orang tua serta seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun material kepada penulis
5. Sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan serta membantu penulis dalam penulisan skripsi ini
6. Seluruh teman – teman agribisnis angkatan 2020 yang telah membantu dalam penulisan skripsi

Penulis berharap adanya kritik dan saran dari teman – teman yang bersifat membangun. Akhir kata, penulis mengucapkan minta maaf apabila ada salah dalam penulisan skripsi ini serta banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi semua yang membacanya.

Surabaya, 26 Agustus 2025

Penulis

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK KOPI KELILING PADA GENERASI Z DI SURABAYA

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, LOCATION, AND SOCIAL MEDIA ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS OF MOBILE COFFEE PRODUCTS AMONG GENERATION Z IN SURABAYA

Rizky Dwinanda, Sri Tjondro Winarno, Dita Atasa

ABSTRAK

Meningkatnya konsumsi kopi di kalangan Generasi Z telah mendorong munculnya berbagai model bisnis kopi, termasuk kopi keliling yang menawarkan kemudahan akses, harga terjangkau, dan pengalaman minum kopi yang fleksibel. Namun, tingginya persaingan dan preferensi konsumen yang terus berubah menimbulkan tantangan tersendiri bagi pelaku usaha, terutama dalam memahami faktor-faktor apa yang sebenarnya mendorong keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan media sosial terhadap keputusan pembelian produk kopi keliling oleh Generasi Z di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei dengan jumlah responden sebanyak 68 orang dari kalangan Generasi Z di Surabaya Timur. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh paling kuat dan signifikan terhadap keputusan pembelian, diikuti oleh variabel harga dan lokasi yang juga berpengaruh signifikan pada tingkat signifikansi 10%. Sementara itu, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z lebih dipengaruhi oleh promosi digital, aksesibilitas, dan harga yang sesuai, dibandingkan dengan kualitas produk itu sendiri dalam pengambilan keputusan pembelian kopi keliling.

Kata-Kata Kunci: Generasi Z, Keputusan Pembelian, Kopi Keliling

ABSTRACT

The increasing coffee consumption among Generation Z has encouraged the emergence of various coffee business models, including mobile coffee vendors that offer easy access, affordable prices, and a flexible coffee-drinking experience. However, intense market competition and the constantly shifting preferences of young consumers present challenges for business owners, particularly in understanding the factors that truly influence purchasing decisions. This study aims to analyze the influence of product quality, price, location, and social media on the purchasing decisions of mobile coffee products among Generation Z in Surabaya. The research employed a quantitative approach using a survey method involving 68 respondents from Generation Z in East Surabaya. Data were analyzed using the

Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) technique. The results indicate that social media has the strongest and most significant influence on purchase decisions, followed by price and location, which also have a significant influence at the 10% significance level. Meanwhile, product quality does not have a significant effect on purchasing decisions. These findings suggest that Generation Z is more influenced by digital promotions, accessibility, and affordable pricing, rather than the technical quality of the product itself, when making decisions to purchase coffee from mobile vendors.

Keywords: Generation Z, Purchasing Decision, Mobile Coffee

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	ivii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Kualitas Produk.....	21
2.2.2 Harga	24
2.2.3 Lokasi	26
2.2.4 Media Sosial.....	28
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	30
2.2.6 Kopi Keliling.....	35
2.2.7 Generasi Z	35
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.4 Hipotesis Penelitian	39

III. METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
3.2 Metode Penentuan Lokasi.....	41
3.3 Metode Penentuan Sampel Dan Jumlah Sampel	41
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	44
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	45
3.5 Metode Analisis Data	45
3.5.1 Analisis Deskriptif	46
3.5.2 Analisis SEM PLS	48
3.6 Definisi Operasional	53
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Lokasi	56
4.2 Karakteristik Responden.....	60
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	64
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Kopi Keliling.....	65
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Kopi.....	67
4.3 Analisis Deskriptif	69
4.3.1 Kualitas Produk (X1)	69
4.3.2 Harga (X2)	71
4.3.3 Lokasi (X3)	74
4.3.4 Media Sosial (X4)	76
4.3.5 Keputusan Pembelian (Y)	78
4.4 Analisis SEM PLS	80

4.4.1 Outer Model	80
4.4.2 Inner Model.....	85
4.5 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.6 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	89
4.7 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	90
4.8 Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian.....	91
IV. KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
3. 1	Pernyataan dan Skor Skala Likert	45
3. 2	Kriteria Skoring Likert	45
3. 3	Variabel Penelitian	54
3. 4	Jadwal Penelitian	58
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	64
4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	65
4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Merk Kopi.....	67
4. 6	Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	70
4. 7	Deskriptif Variabel Harga.....	72
4. 8	Deskriptif Variabel Lokasi.....	75
4. 9	Deskriptif Variabel Media Sosial	77
4. 10	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	79
4. 11	Nilai Loading Factor	81
4. 12	Nilai Average Variance Extracted (AVE)	82
4. 13	Uji Validitas Diskriminan.....	83
4. 14	Uji Reliabilitas	84
4. 15	Nilai R-square	85
4. 16	Nilai Uji Hipotesis	86

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
3. 1	Kerangka Pemikiran	40
4.1.	Peta Wilayah Surabaya	56

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	104
2.	Data Responden.....	110
3.	Jawaban Kuesioner.....	114
3.	Cross Loading	125
4.	Nilai AVE	125
5.	Nilai Cronbach Alpha dan Composite Reliability.....	125
6.	Nilai R-square	126
7.	Nilai P-value.....	126
8.	Dokumentasi Pengambilan Data	127