

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN KOPI KELILING SEJUTA
JIWA DI KOTA SURABAYA BAGI GEN Z**

SKRIPSI



Oleh:

FARIS MIFTAHUL HUDA
NPM. 21024010081

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN KOPI KELILING SEJUTA
JIWA DI KOTA SURABAYA BAGI GEN Z**

Oleh:

FARIS MIFTAHUL HUDA
NPM. 21024010081

Telah diterima tanggal:

02 Juni 2026

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Prof. Dr. Ir. Sri Tiondro Winarno, M.M.
NIP. 19590211198903100

Dr. Ir. Mubarakah, MTP.
NIP. 196211141988032001

Mengetahui

Koordinator Program Studi Agribisnis

Dr. Ir. Nuriah Yuliaty, M.P.
NIP. 196207121991032001

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN KOPI KELILING SEJUTA
JIWA DI KOTA SURABAYA BAGI GEN Z**

Oleh:

FARIS MIFTAHUL HUDA

NPM. 21024010081

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

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada 02 Juni 2026

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

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

Dr. Ir. Mubarakah, MTP.
NIP. 196211141988032001

Mengetahui:

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis

Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P.
NIP. 19631208190032001

Dr. Ir. Nuriah Yulianti, M.P.
NIP. 196207121991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faris Miftahul Huda
NPM : 21024010081
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, Juni 2026
Yang Membuat Pernyataan,



Faris Miftahul Huda
21024010081

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KOPI KELILING SEJUTA JIWA DI
SURABAYA BAGI GEN Z**

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND LOCATION ON
THE PURCHASE DECISIONS OF SEJUTA JIWA MOBILE COFFEE CONSUMERS
IN SURABAYA FOR GEN Z

Faris Miftahul Huda, Sri Tjondro Winarno, dan Mubarokah

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen kopi keliling Sejuta Jiwa pada Generasi Z di Kota Surabaya. Berbeda dengan *coffee shop* konvensional, model bisnis ini bersifat *mobile* sehingga menuntut reinterpretasi peran lokasi sebagai aksesibilitas yang dinamis. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 100 responden dan dianalisis dengan SEM-PLS. Hasil menunjukkan bahwa responden Gen Z memiliki persepsi positif terhadap fenomena kopi keliling. Kemudian seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan citra merek sebagai faktor paling dominan, diikuti kualitas produk dan lokasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks operasional yang *mobile*, konsumen lebih mengandalkan persepsi merek sebagai indikator kepercayaan dibandingkan atribut lainnya. Penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan citra merek dan konsistensi kualitas produk dalam meningkatkan pembelian kopi keliling.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek, lokasi, keputusan pembelian, kopi keliling, Generasi Z.

ABSTRACT

This study examines the influence of product quality, brand image, and location on purchase decisions of mobile coffee (kopi keliling) consumers among Generation Z in Surabaya. Unlike conventional coffee shops, this business model is highly mobile, requiring a reinterpretation of location as dynamic accessibility. A quantitative approach was employed using a survey of 100 respondents, and the data were analyzed using SEM-PLS. The results show that Gen Z respondents have a positive perception of the mobile coffee phenomenon. Then all variables significantly influence purchasing decisions, with brand image as the most dominant factor, followed by product quality and location. These findings suggest that in a mobile operational context, consumers rely more on brand perception as a signal of trust than on other attributes. This research emphasizes the importance of strengthening brand image and product quality consistency in increasing mobile coffee purchases.

Keywords: *product quality, brand image, location, purchase decision, mobile coffee, Generation Z.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KOPI KELILING SEJUTA Jiwa di Kota Surabaya bagi Gen Z”. Skripsi ini dilakukan sebagai syarat kelulusan untuk meraih gelar sarjana Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan Skripsi, penulis menyadari banyak pihak yang telah membantu memberikan arahan serta dukungannya, khususnya Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Ir. Mubarakah, M.T. selaku dosen pembimbing pendamping, terima kasih atas bimbingan yang telah diberikan. Tak lupa penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, M.M. selaku Ketua Jurusan Agribisnis UPN Veteran Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP, selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Segenap dosen pengajar Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani perkuliahan pada program studi Agribisnis.

5. Bapak I. dan Ibu R. selaku kedua orang tua serta saudari B. dan saudara F. selaku adik atas doa dan dukungannya baik dalam segi moril dan materil yang telah diberikan dan menjadi sumber inspirasi selama penulis menempuh pendidikan.
6. Teman-teman seperjuangan UPN Veteran Jawa Timur yang selalu memberikan semangat dan menjadi motivasi untuk terus berproses.
7. Semua pihak yang membantu kelancaran dalam penyelesaian penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat ruang untuk perbaikan dan peningkatan. Penulis sangat mengharapkan masukan, saran, dan kritik yang dapat meningkatkan kualitas skripsi ini. Dengan demikian, laporan proposal skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat dalam konteks pendidikan serta dapat dijadikan dasar untuk pengembangan lebih lanjut di masa yang akan datang.

Surabaya, Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	12
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	23
2.2.1 Fenomena Kopi Keliling	23
2.2.1.1 Kopi.....	23
2.2.1.2 Kopi Keliling.....	25
2.2.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	28
2.2.2.1 Kualitas Produk.....	34
2.2.2.2 Citra Merek	36

2.2.2.3 Lokasi.....	38
2.2.2.4 Hubungan Kualitas Produk, Citra Merek, dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian.....	43
2.2.3 Gen Z.....	45
2.2.3.1 Pengertian Generasi Z.....	46
2.2.3.2 Perilaku Konsumsi Generasi Z.....	48
2.3 Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) ..	50
2.4 Kerangka Pemikiran	55
2.5 Hipotesis	57
III. METODE PENELITIAN.....	58
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	58
3.2 Metode Penentuan Lokasi	58
3.3 Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel	59
3.4 Metode Pengumpulan Data	61
3.4.1 Data Primer	62
3.4.2 Data Sekunder	62
3.5 Metode Analisis Data.....	62
3.5.1 Analisis Deskriptif	63
3.5.2 Analisis SEM PLS	66
3.5.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	69
3.5.2.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	71
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	73
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Gambaran Umum	77
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	77

4.1.2. Model Bisnis Kopi Keliling	79
4.2 Karakteristik Responden.....	81
4.3 Persepsi Generasi Z Terhadap Kopi Kopi Keliling	87
4.4 Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	92
4.4.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	92
4.4.1.1.Uji Validitas Konvergen	92
4.4.1.2.Uji Validitas Diskriminan.....	93
4.4.1.3.Uji Reliabilitas	94
4.4.2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	95
4.4.2.1.Uji <i>R-Square</i> (R^2)	95
4.4.2.2.Uji <i>Q-Square</i> (Q^2)	96
4.4.2.3.Uji <i>Path Coefficient</i>	96
4.4.2.4.Uji <i>F-Square</i> (F^2).....	97
4.4.3. Penjelasan Masing-Masing Atribut	97
4.5 Uji Hipotesis	106
4.6 Implikasi Manajerial.....	111
V. SIMPULAN DAN SARAN	115
5.1 Simpulan.....	115
5.2 Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	123

DAFTAR TABEL

Nomor.	Judul	Halaman
3. 1	Pemetaan Bobot Penilaian Skala Likert.....	64
3. 2	Kriteria Skor Rataan Akhir Skala Likert.....	65
3. 3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	73
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	82
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	84
4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	85
4. 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli.....	85
4. 7	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Mengenal Produk	86
4. 8	Hasil Penilaian Responden.....	87
4. 9	Hasil Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	92
4. 10	Hasil Nilai Akar Kuadrat Average Variance Extracted (AVE)	94
4. 11	Hasil Nilai Reliabilitas Konstruk	94
4. 12	Hasil Nilai R-Square	95
4. 13	Hasil Nilai Q-Square	96
4. 14	Hasil Nilai Path Coefficient	96
4. 15	Hasil Nilai F-Square.....	97
4. 16	Rata-Rata Jawaban Responden Kualitas Produk	98
4. 17	Rata-Rata Jawaban Responden Citra Merek.....	101
4. 18	Rata-Rata Jawaban Responden Lokasi	102
4. 19	Rata-Rata Jawaban Responden Keputusan Pembelian	104

4.20 Hasil Nilai Uji Hipotesis	107
--------------------------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Nomor.	Judul	Halaman
1. 1	Jumlah Kedai Kopi di Kota dan Kabupaten.....	2
1. 2	Jumlah Gelas Kopi yang Dikonsumsi dalam Sehari.....	7
2. 1	Proses Keputusan Pembelian oleh Konsumen Akhir	29
2. 2	Jumlah Masing-Masing Populasi Generasi di Indonesia	47
2. 3	Kerangka Pemikiran.....	56
3. 1	Diagram Jalur SEM-PLS	68
4. 1	Logo Kopi Sejuta Jiwa	77
4. 2	Menu Kopi Sejuta Jiwa	78
4. 3	Gerobak Kopi Sejuta Jiwa.....	80