



**PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PEACOCKOFFIE SEMARANG**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

**Departemen Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

Nama : Anggun Setya Ningrum

NIM : 14020214140105

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2018**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggun Setya Ningrum
NIM : 14020214140105
Departemen : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

Pengaruh Harga, Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Peacockoffie Semarang

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjananya).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Januari 2019

Pembuat pernyataan,

Anggun Setya Ningrum

NIM. 14020214140105


HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Peacockoffie Semarang
 Nama Penyusun : Anggun Setya Ningrum
 Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Semarang, Januari 2018

Dekan



Dr. Sunarto, M.Si.
 NIP. 19660727 199203 1 001

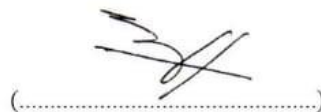
Wakil Dekan I



Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si
 NIP. 19610510 198902 1 002

Dosen Pembimbing :

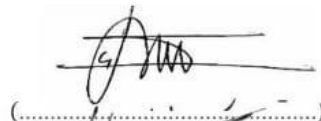
1. Dra. Sri Suryoko, M.Si



(.....)

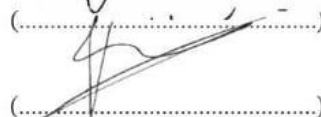
Dosen Penguji Skripsi:

1. Prof. Dr. Naili Farida, M.Si



(.....)

2. Dinalestari Purbawati, SE, M.Si, Akt



(.....)

3. Dra. Sri Suryoko, M.Si



(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Berputar menjadi sesuatu yang bukan kita, demi bisa menjadi diri kita lagi.”

-Dee Lestari-

“But perhaps you hate a thing and it is good for you, and perhaps you love a thing and it is bad for you. And Allah Knows, while you know not.”

-Q.S. Al-Baqarah:216-

“Saat bermimpi, orang-orang meragukan. Saat berhasil, orang bilang kita sedang beruntung. Saat gagal, mereka pun tidak membantu. Jadi, percayalah pada diri Anda Sendiri..”

-Bong Chandra-

PERSEMBAHAN :

- *Allah SWT atas segala nikmat dan anugerah-Nya, yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesabaran sehingga saya dapat menyelesaikan studi.*
- *Bapak, Ibu, dan Kakak ku satu-satunya yang telah mendidik selama ini, selalu memberi kasih sayang, perhatian, motivasi, dan tak pernah lupa mendoakan.*
- *Dosen Pembimbing skripsi, Bu Suryoko yang selalu menjadi inspirasi saya, yang sabar dalam membantu dan membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi.*
- *Nadiah Sitori dan Keluarga, atas doa, semangat, dukungan, serta pengertiannya selama 3 tahun terakhir ini dan mengajarkanku banyak hal.*
- *Rina Suci Wulandari, “Sister from another mother” yang menemaniku selama 4 tahun terakhir ini. Maafkan ya jika saya sering bertingkah menyebalkan.*

- *Para sahabat Geng Suwung, Aldila, Ilma, Errisa, Sabrina, Lisa, Nina, Ratna, Rahma, Hendra, Panji, Zunta, Aji, yang menemaniku sejak zaman maba hingga sekarang. Terimakasih atas waktu kebersamaannya yang tidak bisa saya lupakan.*
- *Para sahabat Geng Sakatonik ABC, Nadiah, Ramadhiana, Rivanda, dan Revi, yang selalu menemani, mengerti, dan memberikan kasih sayang walaupun sering tidak terucap. Sahabat yang apa adanya, tidak ada malunya, dan siap membela dan melindungi satu sama lain jika ada salah satu diantara kita sedang ada masalah.*
- *Para sahabatku SMA hingga sekarang, Sanggita, Pepi, Naila, Duwi, Azkiya, Keke, yang selalu mengingatkan saya akan kerasnya kehidupan jika kita malas-malasan, tidak punya goals, tidak punya sifat tangguh, disiplin, dan taat akan agama. Waktu semakin berlalu, semoga Allah senantiasa menjaga persahabatan kita hingga tua nanti.*
- *Keluarga besar Paduan Suara Mahasiswa Fisip Undip (Orange Choir), atas pengalaman luar biasa selama 4 tahun ini untuk belajar mengelola sebuah organisasi, mempertahankan bahkan meningkatkan prestasi untuk mengharumkan nama Fisip Undip. Terimakasih telah menghibur saya dikala jenuh dengan canda tawa kalian, selalu berhasil meningkatkan mood saya yang sedang buruk jika sudah mulai menyanyi bersama.*
- *Teman-teman Administrasi Bisnis 2014 yang telah sama-sama berjuang sejak awal maba hingga mengejar gelar S.AB. See you on top guys!*

ABSTRAK

Pertumbuhan kedai kopi yang pesat dalam beberapa tahun membuat persaingan semakin ketat. Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah gaya hidup dan harga. Peacockoffie merupakan salah satu kedai kopi yang dikenal di Kota Semarang. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apa yang menyebabkan kenaikan dan penurunan omzet penjualan per tahun Peacockoffie dalam periode tahun 2013 hingga tahun 2017 ditengah menjamurnya kedai kopi di Kota Semarang.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan populasinya adalah konsumen Peacockoffie di Kota Semarang. Sedangkan sampelnya sebanyak 97 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, dan uji signifikansi (uji t dan uji f) dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 21.0.

Variabel harga masuk dalam kategori cukup mahal. Nilai t hitung (7,632) > t tabel (1,661). Koefisien korelasi 0,616 dan koefisien determinasi 38%. Variabel produk masuk dalam kategori cukup memuaskan. Nilai t hitung (7,118) > t tabel (1,661). Koefisien korelasi 0,590 dan koefisien determinasi 34,1%. Variabel lokasi masuk dalam kategori strategis. Nilai t hitung (7,756) > t tabel (1,661). Koefisien korelasi 0,623 dan koefisien determinasi 38,8%. Nilai F hitung (21,833) > f tabel (2,70).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, produk, dan lokasi sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menyatakan bahwa jika harga yang tinggi, serta produk yang tinggi lalu disandingkan dengan lokasi yang tinggi pula maka akan menghasilkan keputusan pembelian yang semakin tinggi pula. Hal ini dapat dilihat dalam penelitian terhadap konsumen Peacockoffie Semarang, variabel harga, produk dan lokasi bersama-sama mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Produk, Lokasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The rapid growth of coffee shops in a few years has made competition even tighter. Consumer behavior in decision making is influenced by several factors including price, product, and location. Peacockoffie is one of the well-known coffee shops in the city of Semarang. The problem in this research is what caused the increase and decrease in Peacockoffie's annual sales turnover in the period 2013 to 2017 amid the mushrooming of coffee shops in Semarang City.

This type of research is explanatory research, with the population being Peacockoffie's consumers in the city of Semarang. While the sample of 97 respondents with sampling techniques using probability sampling with an accidental sampling approach. The analytical method used uses validity test, reliability test, correlation coefficient, coefficient of determination, simple linear regression analysis, multiple linear regression analysis, and significance test (t test and f test) using the SPSS version 21.0 application.

The price variable is quite expensive. Value of t count (7,632) > t table (1,661). The correlation coefficient is 0.616 and the coefficient of determination is 38%. Product variables included in the category are quite satisfying. The value of t count (7.118) > t table (1.661). The correlation coefficient is 0.590 and the coefficient of determination is 34.1%. Location variables fall into the strategic category. The value of t count (7.756) > t table (1.661). The correlation coefficient is 0.623 and the coefficient of determination is 38.8%. F value calculated (21,833) > f table (2,70).

The results of this research show that the price, product, and location variables are equally influential on purchasing decisions. It states that if the price is high, and the high product is juxtaposed with a high location, it will also result in higher purchasing decisions. This can be seen in the study of the consumers of Peacockoffie Semarang, the variable prices, products and locations together have a strong influence on purchasing decisions.

Keywords: Price, Product, Location, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Ahamdulillah, Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Harga, Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Peacockoffie Semarang”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan begitu banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini..

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang baik secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan, saran dan kritik serta doa sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan dengan baik, khususnya kepada :

1. Dr. Sunarto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, M.M, Ph.D. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
3. Dra. Sri Suryoko, M.Si selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan, arahan, nasehat, saran dan waktu yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini.
4. Widayanto, S.Sos, M.Si selaku dosen wali yang telah baik hati dan berkenan memberikan masukan yang bermanfaat untuk penelitian saya.
5. Prof. Dr. Naili Farida, M.Si selaku dosen penguji atas waktu dan masukan yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dinalestari Purbawati, SE, M.Si, Akt selaku dosen penguji yang telah baik hati dan berkenan memberikan masukan yang bermanfaat untuk penelitian saya.

7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
8. Para responden yang bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan sebenar-benarnya. Untuk kepentingan penelitian ini.
9. Semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan jauh dari kata sempurna. Oleh karena penulis mengharapkan kritik dan saran guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini juga memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan berbagai pihak.

Semarang, Januari 2019

Penyusun,

Anggun Setya Ningrum

NIM. 14020214140105

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
1.5.1.1 Bauran Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Harga	Error! Bookmark not defined.
1.5.2.1 Penetapan Harga	Error! Bookmark not defined.
1.5.3 Produk	Error! Bookmark not defined.
1.5.3.1 Klasifikasi Produk	Error! Bookmark not defined.
1.5.4 Lokasi	Error! Bookmark not defined.
1.5.5 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.5.1.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	Error! Bookmark not defined.
1.5.6 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.5.7 Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.5.8 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.5.9. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
1.6 Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.

1.7	Definisi Konsep dan Operasional	Error! Bookmark not defined.
1.7.1	Definisi Konsep	Error! Bookmark not defined.
1.7.2	Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
1.8	Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.8.1	Tipe Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.8.2	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
1.8.2.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.2.2	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.3	Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
1.8.4	Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.4.1	Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
1.8.4.2	Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.5	Skala Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.6	Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.7	Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.8.8	Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.8.1	Analisis Kualitatif	Error! Bookmark not defined.
1.8.8.2	Analisis Kuantitatif	Error! Bookmark not defined.
1.8.9	Teknik Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
	BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	Error! Bookmark not defined.
2.1	Sejarah singkat dan Perkembangan Peacockoffie	Error! Bookmark not defined.
	defined.	
2.2	Profil Peacockoffie.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1	Visi Peacockoffie	Error! Bookmark not defined.
2.2.2	Misi Peacockoffie	Error! Bookmark not defined.
2.2.4	Struktur Organisasi Peacockoffie	Error! Bookmark not defined.
2.2.5	Tugas dan Tanggung Jawab	Error! Bookmark not defined.
2.2.6	Logo Peacockoffie	Error! Bookmark not defined.
2.2.7	Jam Operasional Peacockoffie Semarang ..	Error! Bookmark not defined.
2.2.8	Prosedur Pelayanan Peacockoffie Semarang	Error! Bookmark not defined.
	defined.	
2.2.9	Produk Peacockoffie Semarang	Error! Bookmark not defined.
2.3	Identitas Responden	Error! Bookmark not defined.

2.3.1	Jenis Kelamin Responden	Error! Bookmark not defined.
2.3.2	Usia Responden	Error! Bookmark not defined.
2.3.3	Status Marital Responden	Error! Bookmark not defined.
2.3.4	Pendidikan Terakhir Responden	Error! Bookmark not defined.
2.3.5	Pekerjaan Responden	Error! Bookmark not defined.
2.3.6	Penghasilan Perbulan Responden	Error! Bookmark not defined.
2.3.7	Frekuensi Kunjungan Ke Peacockoffie Semarang	Error! Bookmark not defined.
2.3.8	Alasan Melakukan Kunjungan Ke Peacockoffie Semarang	Error! Bookmark not defined.
BAB III		Error! Bookmark not defined.
Pengaruh Harga, Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Peacockoffie Semarang.....		Error! Bookmark not defined.
3.1	Analisis Deskripsi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.1.1	Variabel Harga	Error! Bookmark not defined.
3.1.1.1	Keterjangkauan Harga Produk Peacockoffie	Error! Bookmark not defined.
3.1.1.2	Kesesuaian Harga Minuman di Peacockoffie dengan Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
3.1.1.3	Kesesuaian Harga Makanan di Peacockoffie dengan Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
3.1.1.4	Frekuensi Potongan Harga (<i>Discount</i>) di Peacockoffie	Error! Bookmark not defined.
3.1.1.5	Perbandingan Harga Peacockoffie dengan Kedai Kopi Lain.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.1.6	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.1.7	Kategorisasi Harga Peacockoffie Semarang	Error! Bookmark not defined.
3.1.2	Variabel Produk	Error! Bookmark not defined.
3.1.2.1	Keberagaman Produk yang ditawarkan Peacockoffie	Error! Bookmark not defined.
3.1.2.2	Ketersediaan Produk Minuman di Peacockoffie	Error! Bookmark not defined.
3.1.2.3	Ketersediaan Produk Makanan di Peacockoffie	Error! Bookmark not defined.

- 3.1.2.4 Kesesuaian Cita Rasa Minuman Olahan Kopi di Peacockoffie dengan Selera Konsumen **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.2.5 Kesesuaian Cita Rasa Minuman Non-Kopi di Peacockoffie dengan Selera Konsumen **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.2.6 Kesesuaian Cita Rasa Makanan di Peacockoffie dengan Selera Konsumen **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.2.7 Penyajian Minuman di Peacockoffie **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.2.8 Penyajian Makanan di Peacockoffie **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.2.9 Kemampuan Produk yang Ditawarkan Peacockoffie untuk Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan Konsumen **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.2.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Produk **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.2.11 Kategorisasi Produk Peacockoffie Semarang **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.3 Variabel Lokasi **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.3.1 Kemudahan akses untuk Kendaraan Pribadi dan Pejalan kaki Menuju Peacockoffie Semarang **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.3.2 Kemudahan akses untuk Transportasi Umum Menuju Peacockoffie Semarang **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.3.3 Ketersediaan Fasilitas Parkir Kendaraan untuk Konsumen Peacockoffie **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.3.4 Keamanan Fasilitas Parkir yang Disediakan Peacockoffie **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.3.5 Lokasi Peacockoffie dengan Pusat Keramaian **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.3.6 Lingkungan dan Suasana di Sekitar Peacockoffie **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.3.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Lokasi **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.3.8 Kategorisasi Lokasi Peacockoffie Semarang **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.4 Variabel Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.4.1 Pertimbangan Melakukan Keputusan Pembelian Karena untuk Memenuhi Kebutuhan **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.4.2 Pertimbangan Melakukan Keputusan Pembelian Karena untuk Memenuhi Keinginan **Error! Bookmark not defined.**
- 3.1.4.3 Mengumpulkan Berbagai Informasi sebelum Memutuskan Pembelian di Peacockoffie **Error! Bookmark not defined.**

3.1.4.4 Perasaan Setelah Melakukan Pembelian di Peacockoffie	Error! Bookmark not defined.
3.1.4.5 Keinginan untuk Merekomendasikan Peacockoffie Kepada Orang Lain	Error! Bookmark not defined.
3.1.4.6 Keinginan untuk Menjadikan Peacockoffie sebagai Kedai Kopi Nomor Satu Dibandingkan Kedai Kopi Lain	Error! Bookmark not defined.
3.1.4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.1.4.8 Kategorisasi Keputusan Pembelian Peacockoffie Semarang	Error! Bookmark not defined.
3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.3 Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Analisis Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Peacockoffie Semarang	Error! Bookmark not defined.
3.3.1.1 Analisis Korelasi Variabel Harga Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1.2 Analisis Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.1.3 Analisis Regresi Sederhana	Error! Bookmark not defined.
3.3.1.4 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Analisis Pengaruh Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Peacockoffie Semarang	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.1 Analisis Korelasi Variabel Produk Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.2 Analisis Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.3 Analisis Regresi Sederhana	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.4 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t) Variabel Produk Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Analisis Pengaruh Lokasi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Peacockoffie Semarang	Error! Bookmark not defined.
3.3.3.1 Analisis Korelasi Variabel Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.3.3.2 Analisis Koefisien Determinasi Variabel Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.3.3.3 Analisis Regresi Sederhana	Error! Bookmark not defined.
3.3.3.4 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	Error! Bookmark not defined.

3.3.4 Analisis Pengaruh Harga (X1), Produk (X2), dan Lokasi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Peacockoffie Semarang	Error! Bookmark not defined.
3.3.4.1 Analisis Korelasi Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.4.2 Analisis Koefisien Determinasi Berganda .	Error! Bookmark not defined.
3.3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.3.4.4 Uji Signifikansi Pengaruh Stimultan (Uji F)	Error! Bookmark not defined.
3.4 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
4.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
Daftar Pustaka	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Peacockoffie.....	8
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 1.3 Kriteria koefisiensi korelasi	63
Tabel 2.1 Jenis Kelamin Responden	82
Tabel 2.2 Usia Responden	83
Tabel 2.3 Status Marital Responden	84
Tabel 2.4 Pendidikan Terakhir Responden	84
Tabel 2.5 Pekerjaan Responden	85
Tabel 2.6 Penghasilan Perbulan Responden	86
Tabel 2.7 Frekuensi Berkunjung dalam Tiga Bulan Terakhir	87
Tabel 2.8 Alasan Melakukan Kunjungan Ke Peacockoffie	88
Tabel 3.1 Keterjangkauan Harga Produk Peacockoffie	90
Tabel 3.2. Kesesuaian Harga Minuman di Peacockoffie dengan Kualitas Produk	91
Tabel 3.3 Kesesuaian Harga Makanan di Peacockoffie dengan Kualitas Produk	92
Tabel 3.4 Frekuensi Potongan Harga (Discount) di Peacockoffie	93
Tabel 3.5 Perbandingan Harga di Peacockoffie dengan Kedai Kopi Lain	94
Tabel 3.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga	95
Tabel 3.7 Kategorisasi Harga	98
Tabel 3.8 Produk yang Ditawarkan Peacockoffie Beragam	99

Tabel 3.9 Produk Minuman di Peacockoffie Selalu Tersedia	100
Tabel 3.10 Produk Makanan di Peacockoffie Selalu Tersedia	101
Tabel 3.11 Kesesuaian Cita Rasa Minuman Kopi di Peacockoffie dengan Selera Konsumen	102
Tabel 3.12 Kesesuaian Cita Rasa Minuman Non-Kopi di Peacockoffie dengan Selera Konsumen	103
Tabel 3.13 Kesesuaian Cita Rasa Makanan di Peacockoffie dengan Selera Konsumen	104
Tabel 3.14 Penyajian Minuman di Peacockoffie	105
Tabel 3.15 Penyajian Makanan di Peacockoffie	106
Tabel 3.16 Kemampuan Produk yang Ditawarkan Peacockoffie untuk Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	107
Tabel 3.17 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Produk	109
Tabel 3.18 Kategorisasi Produk	111
Tabel 3.19 Kemudahan akses untuk Kendaraan Pribadi	113
Tabel 3.20 Kemudahan akses untuk Transportasi Umum Menuju Peacockoffie Semarang	114
Tabel 3.21 Ketersediaan Fasilitas Parkir Kendaraan untuk Konsumen Peacockoffie	115
Tabel 3.22 Keamanan Fasilitas Parkir yang Disediakan Peacockoffie	116
Tabel 3.23 Lokasi Peacockoffie Dekat dengan Pusat Keramaian	117
Tabel 3.24 Lingkungan dan Suasana di Sekitar Peacockoffie	118
Tabel 3.25 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Lokasi	120

Tabel 3.26 Kategorisasi Lokasi	122
Tabel 3.27 Melakukan Pembelian Karena untuk Memenuhi Kebutuhan	124
Tabel 3.28 Melakukan Pembelian Karena untuk Memenuhi Keinginan	125
Tabel 3.29 Mengumpulkan Berbagai Informasi sebelum Memutuskan Pembelian di Peacockoffie	127
Tabel 3.30 Perasaan Setelah Melakukan Pembelian di Peacockoffie	128
Tabel 3.31 Ingin Merekomendasikan Peacockoffie Kepada Orang Lain	129
Tabel 3.32 Ingin Menjadikan Peacockoffie sebagai Kedai Kopi Nomor Satu	130
Tabel 3.33 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	132
Tabel 3.34 Kategorisasi Keputusan Pembelian	135
Tabel 3.35 Hasil Uji Validitas Harga (X1)	137
Tabel 3.36 Hasil Uji Validitas Produk (X2)	137
Tabel 3.37 Hasil Uji Validitas Lokasi (X3)	138
Tabel 3.38 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	139
Tabel 3.39 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X1), Produk (X2), Lokasi (X3) dan Keputusan Pembelian (Y)	140
Tabel 3.40 Koefisien Korelasi Variabel Harga (X1) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	141
Tabel 3.41 Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Harga (X1) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	142
Tabel 3.42 Koefisien Korelasi Variabel Produk (X ₂) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	146

Tabel 3.43 Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Produk (X_2) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	147
Tabel 3.44 Koefisien Korelasi Variabel Lokasi (X_3) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	151
Tabel 3.45 Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Lokasi (X_3) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	153
Tabel 3.46 Koefisien Korelasi Berganda	156
Tabel 3.47 Regresi Linier Berganda	158
Tabel 3.48 Hasil Perhitungan Uji F	160

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>World Consumption Coffee</i>	5
Gambar 1.2 Model Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	35
Gambar 1.3 Model Proses Pembelian Konsumen	39
Gambar 1.4 Skema Hipotesa	48
Gambar 1.5 Kurva Uji t	67
Gambar 1.6 Kurva Uji F	68
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Peacockoffie	75
Gambar 2.2 Logo Peacockoffie	78
Gambar 2.3 Prosedur Pelayanan Peacockoffie Semarang	79
Gambar 3.1 Kurva Uji t Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	145
Gambar 3.2 Kurva Uji t Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	150
Gambar 3.3 Kurva Uji t Lokasi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	155
Gambar 3.4 Kurva Hasil Uji F	162

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	181
Lampiran 2	Identitas Responden dan Tabulasi	191
Lampiran 3	Uji Validitas dan Realibilitas	201
Lampiran 4	Regresi Sederhana, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, dan T hitung	206
Lampiran 5	Regresi Berganda, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, dan F Hitung	210
Lampiran 6	Tabel R, Tabel T, dan Tabel F	212

