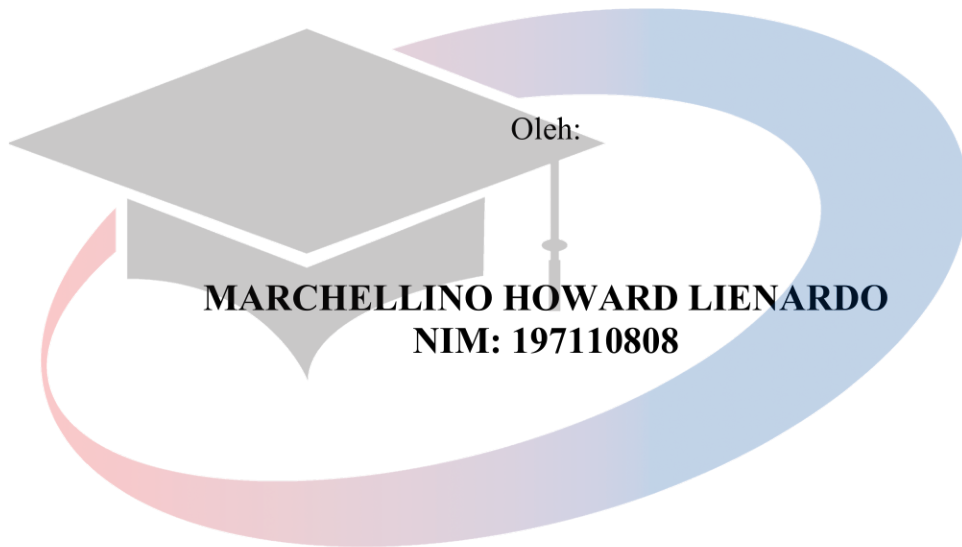


**PENGARUH CITA RASA, PELAYANAN DAN LOKASI USAHA
DALAM MENARIK KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA GLORY COFFEE
MEDAN**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MIKROSKIL

MEDAN

2023

**THE INFLUENCE OF TASTE, SERVICE AND BUSINESS
LOCATION IN ATTRACTING PURCHASE DECISIONS
COFFEE GLORY CONSUMER ON
MEDAN**

FINAL RESEARCH

By:

MARCHELLINO HOWARD LIENARDO

Student Number. 197110808



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF BUSINESS
MIKROSKIL UNIVERSITY
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITA RASA, PELAYANAN DAN LOKASI USAHA
DALAM MENARIK KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA GLORY COFFEE
MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

MARCHELLINO HOWARD LIENARDO

NIM: 197110808

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I,


William, S.Kom., MM.

Medan, 07 Agustus 2023

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen,



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

Suci Pertiwi, SE., M.Si

LEMBAR PERNYATAAN

Saya membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Marchellino Howard Lienardo
NIM : 197110808

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Cita Rasa, Pelayanan Dan Lokasi Usaha Dalam Menarik Keputusan Pembelian Konsumen Pada Glory Coffee Medan
Tempat Penelitian : Glory Coffee Medan

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non -eksklusif (*Non-exclusive Royalti Fee Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/ atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya dimasa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 10 Juli 2023

Saya yang membuat pernyataan



Marchellino Howard Lienardo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh cita rasa, pelayanan dan lokasi usaha dalam menarik keputusan pembelian konsumen pada Glory Coffee Medan, baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian ini juga menggunakan asosiatif kausal. Populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *lemeshow* dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang kemudian digenapkan menjadi 100 sampel penelitian. Metode analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian cita rasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Glory Coffee, pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Glory Coffee, lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Glory Coffee. cita rasa, pelayanan, dan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Glory Coffee.

Kata Kunci: cita rasa, pelayanan, lokasi usaha, keputusan pembelian



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of taste, service and business location in attracting consumer purchasing decisions at Glory Coffee Medan, either simultaneously or partially. This type of research also uses causal associative. The population in this study is unknown. The sampling technique used the lemeshow method with a total sample of 96 respondents which 100 research samples are obtained. Multiple linear regression analysis method. Based on the research results taste has a significant effect on purchase decisions at Glory Coffee, service has a significant effect on purchase decisions at Glory Coffee, business location has a significant effect on purchase decisions on Glory Coffee. taste, service, and business location have a significant effect on purchase decisions on Glory Coffee.

Keywords: taste, service, business location, purchase decision



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, Pelayanan Dan Lokasi Usaha Dalam Menarik Keputusan Pembelian Konsumen Pada Glory Coffee Medan”. Penulisan ini dilakukan untuk melengkapi persyaratan guna untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak kendala yang dihadapi penulis. Namun berkat motivasi, bimbingan dan bantuan dari segala pihak, maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak William, S.Kom., M.M. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si. selaku dosen Pendamping yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Hardy S.Kom., M.Sc., PhD selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan
4. Ibu Agustina S.Kom., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M. selaku Dosen Wali yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis.
8. Ayah, Ibu, kakak dan keluarga, yang telah memberikan dukungan baik secara fisik, mental dan doa terbaik selama melakukan penelitian.
9. Sahabat suka dan duka peneliti selaku teman seperjuangan yang telah menghibur dan memberikan semangat kepada peneliti.

10. Teman-teman jurusan manajemen bisnis angkatan 2019 yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis.
11. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, serta pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna.

Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan untuk penyempurnaan skripsi dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 10 Juli 2023

Penulis,



Marchellino Howard Lienardo

UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Originalitas Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Teori Tentang Cita Rasa	7
2.1.2 Teori Tentang Kualitas Pelayanan	9
2.1.3 Teori Tentang Lokasi	12
2.1.4 Teori Keputusan Pembelian.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual	25
2.4 Pengembangan Hipotesis	26
2.4.1 Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian ...	26
2.4.2 Pengaruh Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.4.4 Pengaruh Cita Rasa, Layanan, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	30
3.2	Objek Penelitian.....	30
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4	Populasi dan Sampel.....	31
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.6	Metode Analisis Data.....	33
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	33
3.6.2	Pengujian Kualitas Data.....	33
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik.....	34
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.6.5	Pengujian Hipotesis.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	37
4.1.1	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	37
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	37
4.1.3	Statistik Deskriptif.....	39
4.1.4	Hasil Uji Kualitas Data.....	41
4.1.5	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.1.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
4.1.7	Hasil Uji Hipotesis.....	49
4.2	Pembahasan.....	51
4.2.1	Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian... ..	51
4.2.2	Pengaruh Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.2.3	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.2.4	Pengaruh Cita Rasa, Layanan, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1	Skala Pengukuran <i>Likert</i>	31
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
Tabel 4.1	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	37
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi	38
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	38
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel Cita Rasa	39
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel Pelayanan	39
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel Lokasi Usaha	40
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	40
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Instrumen Pernyataan Variabel X dan Y	41
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Pernyataan Cita Rasa	42
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Instrumen Pernyataan Pelayanan	42
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Instrumen Pernyataan Lokasi Usaha.....	42
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Instrumen Pernyataan Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.14	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	46
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	48
Tabel 4.17	Hasil Uji Parsial	49
Tabel 4.18	Hasil Uji Simultan	50
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi	51

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1	Grafik Histogram	44
Gambar 4.2	Grafik Normal Probability Plot of Regression.....	45
Gambar 4.3	Grafik Scatterplot.....	47



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	61
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas	65
Lampiran 3	Hasil Analisis Data Validitas Cita Rasa (X_1)	69
Lampiran 4	Hasil Analisis Data Reliabilitas Cita Rasa (X_1)	69
Lampiran 5	Hasil Analisis Data Validitas Layanan (X_2)	70
Lampiran 6	Hasil Analisis Data Reliabilitas Layanan (X_2)	70
Lampiran 7	Hasil Analisis Data Validitas Lokasi Usaha (X_3)	71
Lampiran 8	Hasil Analisis Data Reliabilitas Lokasi Usaha (X_3)	71
Lampiran 9	Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)	72
Lampiran 10	Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	72
Lampiran 11	Tabulasi Angket Responden	73
Lampiran 12	Hasil Output Penelitian	85



UNIVERSITAS
MIKROSKIL