

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN STRATEGI  
PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA *TOMORO COFFEE* DI CABANG  
ASIA MEGA MAS MEDAN**

**SKRIPSI**

Oleh :

**RICKY SALIM  
NIM. 222110475**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2026**

**THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND DIGITAL  
MARKETING STRATEGY ON PURCHASE  
DECISIONS AT TOMORO COFFEE,  
ASIA MEGA MAS BRANCH, MEDAN**

**UNDERGRADUATE THESIS**

By :

**RICKY SALIM  
NIM. 222110475**



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT  
SCHOOL OF BUSINESS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *TOMORO COFFEE* DI CABANG ASIA MEGA MAS MEDAN**

**SKRIPSI**

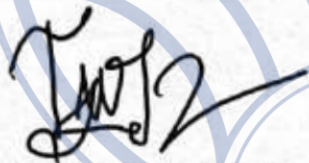
Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen

Oleh :

**RICKY SALIM**  
**NIM. 222110475**

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,



Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E. M.Si.

Dosen Pembimbing II,



Suci Pertiwi, S.E., M.Si.

Medan, 10 Februari 2026  
Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,


Christine, S.M., M.Si.

## LEMBAR PERNYATAAN

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

NIM : 222110475  
Nama : Ricky Salim

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tomoro Coffee di Cabang Asia Mega Mas Medan  
Tempat Penelitian : Tomoro Coffee di Cabang Asia Mega Mas Medan  
Alamat Penelitian : Jalan Asia Raya Ruko Asia Mega Mas Blok F6, Sukaramai II, Medan Area, Medan 20224  
No. Telp. : 0812 6442 3791

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh 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 Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. 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 di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

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

Medan, 10 Februari 2026

Saya yang membuat pernyataan,



Ricky Salim

## ABSTRAK

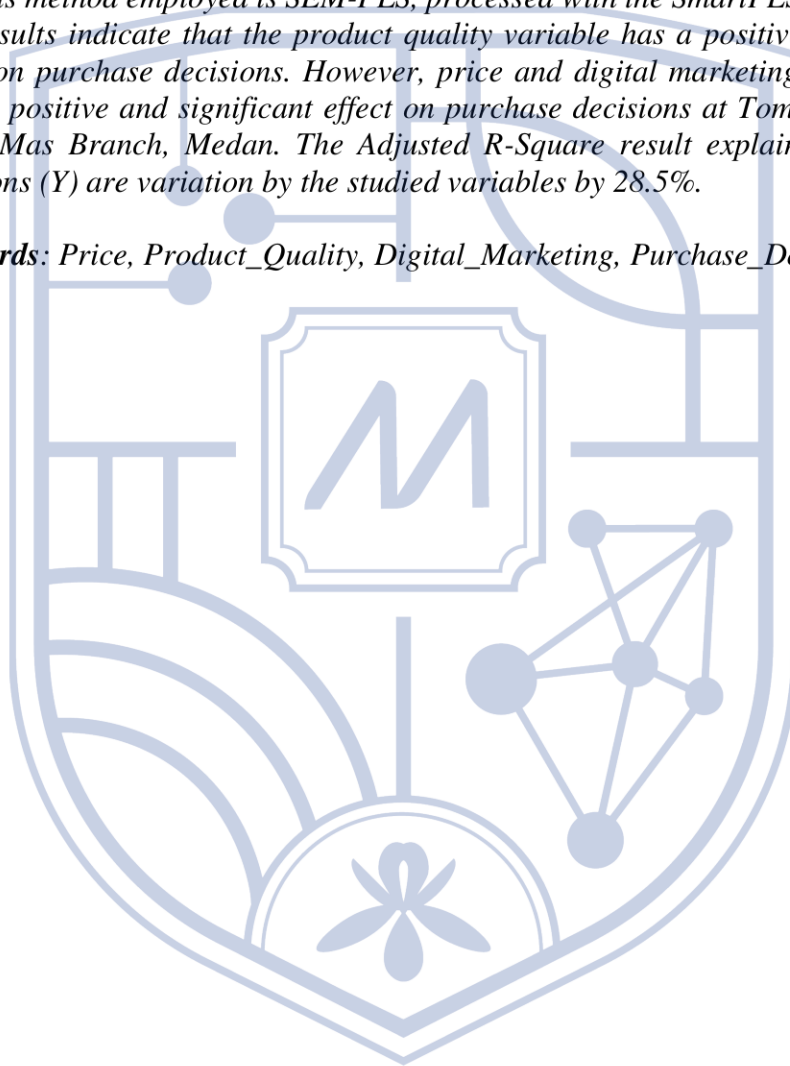
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan strategi pemasaran digital terhadap keputusan pembelian pada *Tomoro Coffee* di Cabang Asia Mega Mas Medan. Jenis penelitian adalah asosiatif dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *Non-probability Sampling* atau teknik pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel dengan teknik *Accidental Sampling* (Kebetulan), Jumlah responden 145 org yang di olah dengan rumus *Lemeshow*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah analisis *SEM-PLS* diolah dengan aplikasi *SmartPLS 4.0*. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun harga dan strategi pemasaran digital tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Tomoro Coffee* Cabang Asia Mega Mas Medan. Hasil *R-Square Adjusted* menjelaskan bahwa keputusan pembelian (Y) variasi sebesar 28,5% oleh variabel yang di teliti.

**Kata Kunci :** *Harga, Kualitas\_Produk, Pemasaran\_Digital, Keputusan\_Pembelian.*

## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the influence of price, product quality, and digital marketing strategy on purchase decisions at Tomoro Coffee, Asia Mega Mas Branch, Medan. This research is associative and quantitative in nature. The study utilizes a non-probability sampling technique, specifically accidental sampling, where not all members of the population have an equal opportunity to be selected. The total number of respondents is 145, determined using the Lemeshow formula. The data analysis method employed is SEM-PLS, processed with the SmartPLS 4.0 application. The results indicate that the product quality variable has a positive and significant effect on purchase decisions. However, price and digital marketing strategy do not have a positive and significant effect on purchase decisions at Tomoro Coffee, Asia Mega Mas Branch, Medan. The Adjusted R-Square result explains that purchase decisions (Y) are variation by the studied variables by 28.5%.*

**Keywords:** *Price, Product\_Quality, Digital\_Marketing, Purchase\_Decision.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Kuasa-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menjalankan aktivitas sehari-hari serta memberikan petunjuk kepada penulis, kesehatan serta kekuatan dalam mengikuti pendidikan serta menyelesaikan skripsi tersebut dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tomoro Coffee di Cabang Asia Mega Mas Medan” yang dapat berjalan dengan lancar hingga saat tersebut. Penulisan skripsi tersebut bertujuan sebagai salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan studi guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S-1) pada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Mikroskil Medan.

Skripsi tersebut disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Strata 1 Jurusan Manajemen Bisnis pada Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan. Selama menyelesaikan skripsi tersebut penulis banyak menerima masukan, bimbingan dan saran. Pada kesempatan tersebut penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada orang tua dari penulis yaitu Bapak Herman dan Ibu Yazimah, pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi tersebut dan tidak lupa juga peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E. M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia dalam memberikan waktu, kritikan, saran serta memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat berharga sehingga skripsi tersebut dapat terselesaikan.
2. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia dalam memberikan waktu, kritikan, saran serta memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat berharga sehingga skripsi tersebut dapat terselesaikan.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Christine, S.M., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.

6. Ibu Novi Yanti, S.M., M.Si., selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
7. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M. Sebagai dosen wali yang selalu memberikan dukungan serta motivasi atau memberikan arahan kepada penulis dari semester I sampai dengan semester VII.
8. Silkvia Sun Tantoso atas dukungan moral dan semangat yang senantiasa diberikan, serta kehadirannya yang selalu memberikan warna tersendiri bagi penulis dalam menuntaskan masa studi ini.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner yang penulis bagikan, terima kasih atas kerja samanya.
10. Pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dengan segala kerendahan hati penulis sadar bahwa dalam penulisan hasil penelitian tersebut masih banyak kekurangan sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun guna menyempurnakan skripsi tersebut.

Medan, 10 Februari 2026

Penulis,

Ricky Salim

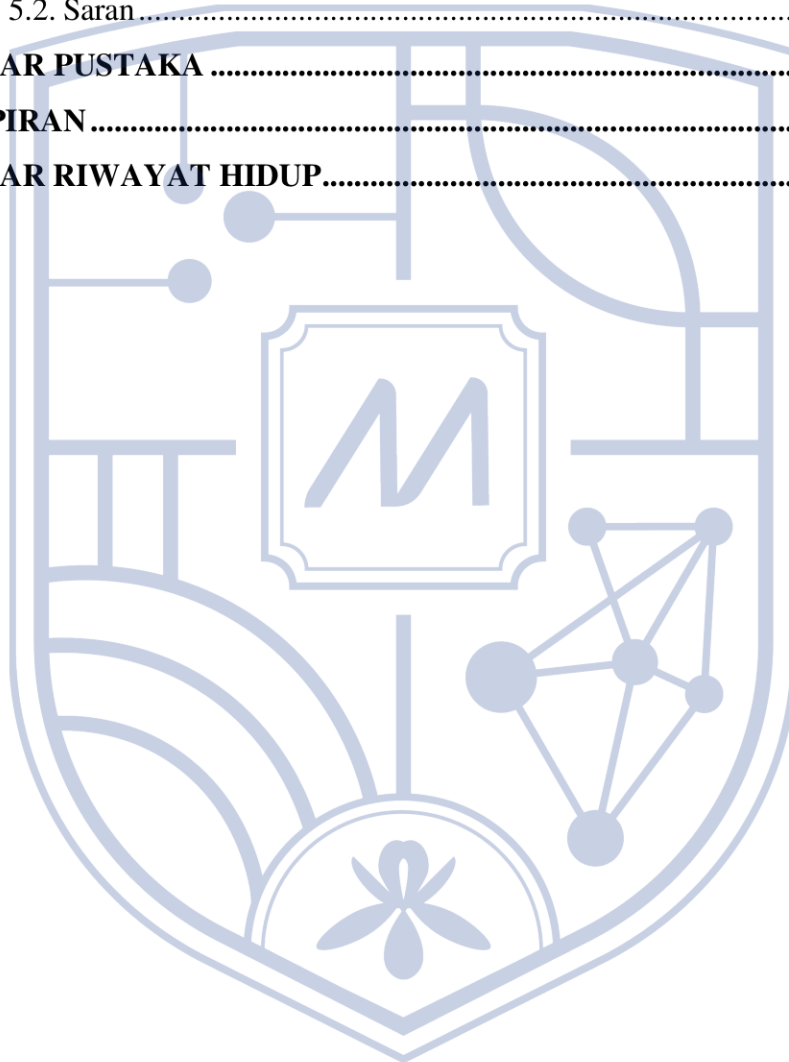
## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Ruang Lingkup .....	12
1.4. Tujuan Penelitian .....	13
1.5. Manfaat Penelitian .....	13
1.6. Originalitas Penelitian .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1. Landasan Teori .....	15
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	15
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.3. Keputusan Pembelian (Y).....	23
2.1.4. Harga ( $X_1$ ).....	30
2.1.5. Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	38
2.1.6. Strategi Pemasaran Digital ( $X_3$ ) .....	45
2.2. <i>Review</i> Penelitian Terdahulu .....	53
2.3. Kerangka Konseptual.....	57
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	58
2.4.1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Tomoro Coffee</i> di Cabang Asia Mega Mas Medan .....	58
2.4.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Tomoro Coffee</i> di Cabang Asia Mega Mas Medan .....	60

2.4.3. Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Tomoro Coffee</i> di Cabang Asia Mega Mas Medan.....	60
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>62</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	62
3.2. Objek Penelitian .....	62
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	62
3.3.1. Observasi .....	63
3.3.2. Wawancara .....	63
3.3.3. Kuisisioner .....	63
3.3.4. Studi Kepustakaan.....	64
3.4. Populasi dan Sampel.....	65
3.4.1. Populasi .....	65
3.4.2. Sampel .....	65
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	66
3.6. Metode Analisis Data.....	68
3.6.1. Statistik Deskriptif.....	69
3.6.2. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	69
3.6.3. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	71
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>73</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	73
4.1.1. Profil Perusahaan.....	73
4.1.2. Pengiriman dan Pengembalian Kuisisioner .....	76
4.1.3. Profil Karakteristik Responden .....	77
4.1.4. Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	78
4.1.5. Skema Model <i>Smart Partial Least Square (PLS)</i> .....	82
4.1.6. Hasil Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i> .....	82
4.1.7. <i>Inner Model</i> .....	91
4.2. Pembahasan .....	94
4.2.1. Terdapat Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Tomoro Coffee</i> di Cabang Asia Mega Mas Medan .....	94
4.2.2. Terdapat Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Tomoro Coffee</i> di Cabang Asia Mega Mas Medan.....	95

- 4.2.3. Terdapat Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian pada *Tomoro Coffee* di Cabang Asia Mega Mas Medan . 96

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>98</b>
5.1. Kesimpulan.....	98
5.2. Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>103</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>132</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Hasil data estimasi pembelian jumlah cangkir pertahun <i>Tomoro Coffee</i> Medan 2022 - 2025 .....	2
Gambar 1. 2. Data Prasurvei Keputusan Pembelian .....	4
Gambar 1. 3. Hasil Kuisisioner Prasurvei Mengenai Pengaruh Harga <i>Tomoro</i> .....	5
Gambar 1. 4. Ulasan ( <i>Google Review</i> ) tentang Harga .....	6
Gambar 1. 5. Hasil Kuisisioner Prasurvei Kualitas Produk pada <i>Tomoro Coffee</i> di Cabang Asia Mega Mas Medan .....	7
Gambar 1. 6. Ulasan ( <i>Google Review</i> ) pada Kualitas Produk.....	8
Gambar 1. 7. Hasil Kuisisioner Prasurvei Mengenai Strategi Pemasaran Digital pada <i>Tomoro Coffee</i> di Cabang Asia Mega Mas Medan.....	10
Gambar 1. 8. Ulasan ( <i>Google Review</i> ) Strategi Pemasaran Digital.....	11
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	58
Gambar 4. 1. Skema Model <i>Smart Partial Least Square</i> (PLS).....	82
Gambar 4. 2. Tampilan Hasil <i>Outer Model</i> Sebelum Modifikasi.....	83
Gambar 4. 3. Hasil <i>Loading Factor</i> Setelah Modifikasi.....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu .....	55
Tabel 3. 1. Skala <i>Likert</i> .....	64
Tabel 3. 2. Definisi Operasional Variabel .....	67
Tabel 4. 1. Tingkat Pengiriman dan Pengambilan Kuisisioner .....	76
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4. 4. Hasil Statistik Deskriptif ( <i>Destriptive Statistics</i> ) Variabel Harga ( $X_1$ ) ....	78
Tabel 4. 5. Hasil Statistik Deskriptif ( <i>Destriptive Statistics</i> ) Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	79
Tabel 4. 6. Hasil Statistik Deskriptif ( <i>Destriptive Statistics</i> ) Variabel Strategi Pemasaran Digital ( $X_3$ ).....	80
Tabel 4. 7. Hasil Statistik Deskriptif ( <i>Destriptive Statistics</i> ) Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	81
Tabel 4. 8. Tabel Nilai <i>Loading Factor</i> .....	84
Tabel 4. 9. Tabel <i>Loading Factor</i> Setelah Modifikasi .....	87
Tabel 4. 10. Nilai <i>Average Variance Extraced</i> (AVE).....	88
Tabel 4. 11. Nilai <i>Cross Loading</i> .....	89
Tabel 4. 12. Nilai Akar Kuadrat AVE.....	90
Tabel 4. 13. Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	91
Tabel 4. 14. Nilai $R^2$ .....	91
Tabel 4. 15. Hasil <i>Output Path Coefficients</i> .....	92

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitain .....	103
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden .....	110
Lampiran 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	124
Lampiran 4 Skema Model <i>Smart Partial Least Square</i> (PLS).....	126
Lampiran 5 Tampilan Hasil <i>Outer Model</i> Setelah Modifikasi.....	128

