

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor bisnis saat ini menjadi tempat persaingan yang sangat ketat. Para pengusaha harus dapat melihat peluang serta memahami situasi yang sedang *trend* dan banyak diminati oleh konsumen. Salah satu dari bidang usaha yang menjadi *trending* sekarang ini adalah *Coffee Shop* atau Kedai Kopi. Oleh sebab itu, banyak produsen kedai kopi yang terjun langsung dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Hal ini menjadikan produsen kedai kopi harus berusaha untuk memahami serta mewujudkan permintaan pasar yang dituju.

Menurut Wiktionary, Kedai kopi (*Coffee Shop*) adalah sebuah kafe kecil atau restoran kecil yang umumnya menjual berbagai jenis kopi kadangkala juga minuman non-alkohol, serta berbagai camilan (*snack*), dengan sarana yang mampu menunjang tempat tersebut.¹ Banyaknya kedai kopi menawarkan ide menarik yang berbeda untuk menarik pembeli dari kalangan muda hingga tua. Kedai Kopi yang ingin sukses dalam menembus persaingan, disamping menu makanan dan minuman yang ditawarkan, mereka dituntut untuk kreatif serta inovatif dalam membuat konsep dari kedai kopi itu sendiri. Sekarang ini, yang menjadi pertimbangan *public*

¹ Feby Liani, "Pengaruh Kualitas Produk Minuman Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen di Yellow Truck Coffee Bandung" (Skripsi diterbitkan, Sekolah Pariwisata Bandung, Bandung, 2016), 22.

terhadap kedai kopi tidak hanya pada pengaruh cita rasa yang terdapat pada menu makanan serta minuman, tetapi juga melihat konsep yang menarik serta unik dari sebuah kedai kopi.

Keberadaan kedai kopi sangat menjamur khususnya di Kediri hal ini membuat produsen kedai kopi harus pintar-pintar membuat ide kreatif serta konsep yang menarik minat konsumen. Sehingga, setiap produsen dengan jenis barang atau produk yang sama harus mencari cara untuk memenangkan pasar persaingan. Cara yang diterapkan salah satunya adalah dengan membuat suatu strategi pemasaran yang dapat membuat konsumen terdorong untuk membeli produk yang ditawarkan oleh produsen.

Menurut Zeithaml dan Bitner, bagi perusahaan yang ingin berhasil dalam memasarkan produk dan jasanya, harus menggunakan metode yang disebut bauran pemasaran atau *marketing mix*. Philip Kotler mendefinisikan bauran pemasaran atau *marketing mix* sebagai sekumpulan alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk terus – menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran². Jerome McCharty mendefinisikan ide *marketing mix* menjadi 4P, yaitu *place* (tempat), *product* (produk), *price* (harga), serta *promotion* (promosi)³. Penggunaan strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi suatu keputusan pembelian yang diambil oleh calon konsumen.

² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management 13* (New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc, 2012), 119.

³ Citra Faizah Putri Yunda, *Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Tusam Semarang)*, (Skripsi diterbitkan, Universitas Diponegoro, Semarang, 2014), 17.

Variabel pada penelitian ini adalah lokasi. Faktor lokasi mempengaruhi pilihan yang diambil oleh pembeli dalam membeli suatu barang. Lupiyoadi mengungkapkan bahwa lokasi adalah keputusan yang dibuat oleh perusahaan, di mana perusahaan harus bertempat dan beroperasi. Penempatan suatu lokasi menjadi sangat penting karena menentukan seberapa sukses suatu jasa karena memiliki hubungan yang erat dengan pasar potensial yang dituju.⁴ Lokasi dari Kedai Kopi 66 sangat berpengaruh karena menjadi daya tarik utama dalam menentukan keputusan pembelian. Letaknya yang strategis sebagai tempat refreshing, sebab berada di kawasan kaki gunung wilis. Berlokasi di Dusun Tunggul Sunnah, Ds. Selopanggung, Kec. Semen, Kab. Kediri, Jawa Timur.

Keunikan dari Kedai Kopi 66 adalah letaknya yang berada di kawasan hutan pinus. Kedai kopi ini memiliki konsep *outdoor* yang menawarkan suasana alami di hutan yang terdapat banyak sekali pohon pinus yang tinggi dan besar. Jadi, sudah pasti suasananya asri, sejuk dan hijau khas pegunungan, serta meski datang pada siang hari tidak akan merasa panas karena Kedai Kopi 66 tertutupi oleh rindangnya pohon-pohon pinus. Kedai Kopi 66, dibangun dilahan seluas 2 hektar yang sudah dilengkapi dengan bangku-bangku kayu serta interior yang menyempurnakan kedai kopi ini. Dengan konsep yang berbeda dari kedai kopi pada umumnya, menjadikan Kedai Kopi 66 banyak disukai kalangan muda-mudi bahkan sampai orangtua juga datang ke Kedai Kopi 66.

⁴ Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 61.

Selain Kedai Kopi 66, ada juga beberapa kedai kopi yang berada di kawasan hutan pinus Desa Selopanggung yang letaknya berdekatan dengan Kedai Kopi 66. Berdasarkan observasi yang dilakukan pada tahun 2023, berikut daftar nama kedai kopi tersebut :

Tabel 1.1

Daftar Nama-nama Kedai Kopi Hutan Pinus

No	Nama Kedai Kopi	Tahun Berdiri
1.	Kedai Kopi Malinor	2020
2.	Warkop Ayu Putri Wilis	2020
3.	King Kedai	2020
4.	Cafe Hutan Pinus	2020
5.	Kedai Kopi 66	2018
6.	Caffe Foresto	2020
7.	Kedai Wanus	2019
8.	Warlas	2020
9.	Warung Pelangi	2019
10.	Kedai View Forest	2019
11.	Kedai Kopi Kita	2019
12.	Kedai Tunggak Ireng	2019
13.	Kedai Bukit Cinta	2019
14.	Kedai Kopi Bukit Jodo	2020
15.	Kedai Wilis	2020
16.	Pring Kuning	2020
17.	Kafe Lambe Turah	2020
18.	Manis'e Lambe Caffe	2020
19.	Ngopsky	2020

Sumber : hasil observasi peneliti, 2023.

Dari 19 nama kedai kopi diatas, peneliti memilih 3 nama kedai kopi yaitu Kedai Kopi 66, Kedai Wanus dan Kedai View Forest sebagai pembanding. Karena ketiga kedai kopi tersebut merupakan kedai kopi yang paling lama berdiri dan kedai yang jaraknya paling berdekatan. Dari hasil observasi yang dilakukan, berikut daftar perbandingan dari ketiga kedai kopi tersebut:

Tabel 1.2

Perbedaan Kedai Kopi 66, Wanus dan View Forest

No	Pembeda Menggunakan 4P	Kedai Kopi 66	Wanus	View Forest
1.	Produk	Paket <i>combo</i> : <ul style="list-style-type: none"> - Nasi pecel & milo - Nasi jagung goreng & milo - Nasi ayam penyet & Leci Tea - Sate ayam , lontong & leci tea - Nasi goreng special & leci tea Makanan : <ul style="list-style-type: none"> - Nasi Ayam Penyet - Sosis Bakar - Nugget Goreng - Bakso Minuman : <ul style="list-style-type: none"> - Red Velvet 	Makanan : <ul style="list-style-type: none"> - Sosis - Nuget - Roti Mantau - Tahu Crispy - Mie Goreng Minuman : <ul style="list-style-type: none"> - Mix Fruit - Lecy Mockalate - Orange Squash - Sogem - Rosela Susu - Milo Milkshake - Kopi Hitam - Kopi Susu - Kopi Hijau 	Makanan : <ul style="list-style-type: none"> - Nasi Goreng Jagung Telur - Nasi Goreng Tiwul Telur - Mie Kuah - Tahu Kress Minuman : <ul style="list-style-type: none"> - Taro Milk - Royal Capucino - Black Curant - Buble Gum - Wedang Jahe - Kopi Susu Jahe - Kopi Avocado - Coffee Caramel - Coffee Beer

		<ul style="list-style-type: none"> - Strawberry Milkshake - Orange Punch - Kopi Robusta - Kopi Arabika - Kopi Tubruk 		
2.	Harga	<p>Minuman : Rp 5.000 – Rp 17.000</p> <p>Makanan : Rp 3.000 – Rp 20.000</p>	<p>Minuman : Rp 4.000 – Rp 8.000</p> <p>Makanan : Rp 7.000 – 10.000</p>	<p>Minuman : Rp 4.000 – Rp 10.000</p> <p>Makanan : Rp 4.000 – Rp 12.000</p>
3.	Lokasi (yang mencakup akses, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan, persaingan)	<p>Beralamat di Unnamed Road, Tunggul Sunnah, Selopanggung, Kecamatan Semen, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64161.</p> <p>Lokasi di Kedai Kopi 66 berada di kaki gunung wilis, letaknya cukup jauh dari keramaian kota. Akses yang dilalui cukup mudah karena jalanan sudah beraspal mulus. Berjarak 19 km dari pusat kota. Memiliki tempat parkir yang luas. Didalamnya terdapat fasilitas seperti: bangku-bangku kayu, mushola, toilet, spot foto, gazebo,</p>	<p>Beralamat di Unnamed Road, Tunggul Sunnah, Selopanggung, Kecamatan Semen, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64161.</p> <p>Lokasi di Kedai Kopi 66 berada di kaki gunung wilis, yang letaknya cukup jauh dari keramaian kota. Akses yang dilalui cukup mudah karena jalanan sudah beraspal mulus. Berjarak 19,6 km dari pusat kota. Memiliki tempat parkir, namun tidak cukup luas. Terdapat fasilitas seperti: bangku-bangku kayu,</p>	<p>Beralamat di Unnamed Road, Tunggul Sunnah, Selopanggung, Kecamatan Semen, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64161.</p> <p>Lokasi di Kedai Kopi 66 berada di kaki gunung wilis, yang letaknya cukup jauh dari keramaian kota. Akses yang dilalui cukup mudah karena jalanan sudah beraspal mulus. Berjarak 19,6 km dari pusat kota. Memiliki tempat parkir, namun tidak cukup luas. Terdapat</p>

		camping ground, hamoock, ruang teduh dan juga terdapat live music. Jarak dari lokasi pesaing cukup jauh.	mushola, spot foto, dan toilet. Berdekatan dengan lokasi pesaing.	fasilitas seperti: bangku-bangku kayu, mushola, spot foto, toilet dan live music. Berdekatan dengan lokasi pesaing.
4.	Promosi	Melalui sosial media (Instagram :kedaikopi66), melalui publisitas dan hubungan masyarakat.	Melalui sosial media (Instagram :warungpinuskediri), melalui publisitas dan hubungan masyarakat.	Melalui sosial media (Instagram: viewforest_cafe), melalui publisitas dan hubungan masyarakat.

Sumber : hasil observasi peneliti, 2021.

Dari hasil observasi pada tabel 1.2, dapat diperoleh keunggulan pada masing-masing kedai kopi. Dari segi produk terlihat lebih unggul Kedai Kopi 66 karena memiliki lebih banyak menu. Di Kedai Kopi 66 terdapat paket *combo* yang tidak ada di Kedai Wanus maupun View Forest. Kemudian dari segi harga Kedai Wanus lebih unggul karena harga yang lebih terjangkau yaitu menu makanan mulai dari kisaran harga Rp 7.000 – 10.000, menu minuman mulai dari kisaran harga Rp 4.000 – 8.000. Dari segi lokasi Kedai Kopi 66 lebih unggul dari pesaingnya karena fasilitas yang diberikan lebih lengkap, yaitu mushola, toilet, tempat parkir, spot foto, *gazebo*, *live music*, *camping ground* dan *hammock*. Terakhir, dari segi promosi ketiganya sama-sama unggul karena menggunakan media sosial instagram sebagai alat promosi mereka.

Tabel 1.3
Data Menu Yang Dibeli di Kedai Kopi 66

No	Nama Produk	Hasil
1.	Tahu krispy	2
2.	Kopi	9
3.	Es Cappucino	2
4.	Red velvet	2
5.	Kentang goreng	5
6.	Cireng	3
7.	Es chocolate	2
8.	Jus	3
9.	Mie rebus	2
10.	Susu	4
11.	Pop mie	2
12.	Dan lain-lain	4
	Total	40

Sumber :Kedai Kopi 66 (data diolah peneliti), 2020.

Dari tabel menu diatas diperoleh hasil bahwa, menu yang paling banyak diminati oleh konsumen adalah kopi. Hasil observasi yang dilakukan kepada responden menjadi alasan kenapa memilih menu kopi.

Berdasarkan data observasi tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Kedai Kopi 66 yang terletak di Selopanggung Kabupaten Kediri. Selanjutnya, untuk mengetahui alasan yang mempengaruhi para konsumen memilih Kedai Kopi 66.

Tabel 1.4

Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Kedai Kopi 66

Faktor-faktor	Jumlah Responden
<i>Product</i> (Produk)	4
<i>Place</i> (Lokasi)	30
<i>Price</i> (Harga)	3
<i>Promotion</i> (Promosi)	3
Total	40

Sumber : data diolah peneliti, 2020.

Berdasarkan tabel 1.4, dari 40 responden mampu diketahui bahwa alasan konsumen memilih Kedai Kopi 66 terbanyak karena lokasi (*place*). Oleh sebab itu, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus Pada Kedai Kopi 66, Selopanggung, Kabupaten Kediri)”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana lokasi di Kedai Kopi 66 ?
2. Bagaimana keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi 66 ?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi 66 ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui lokasi di Kedai Kopi 66.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi 66.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Kopi di Kedai Kopi 66.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepada perusahaan mengenai seberapa besar serta bagaimana pengaruh dari lokasi terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi 66. Sehingga dengan ini dapat menjadi tambahan masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan dalam menentukan bagaimana strategi pemasaran di masa yang akan datang.

2. Bagi Akademisi

Dapat digunakan sebagai bahan literatur serta memberikan tambahan kontribusi bagi kalangan akademik.

3. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian serta digunakan sebagai persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan yang kini sedang ditempuh.

E. Telaah pustaka

Telaah pustaka bertujuan untuk membatasi bidang kajian serta mengetahui pembeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arif dari UIN Sumatra Utara Medan (2018), dengan judul “Pengaruh *Store* Atmosfer, Lokasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Soban Cafe Medan”. Penelitian ini menunjukkan bahwa atmosfer, lokasi serta gaya hidup berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Soban Cafe Medan. Jenis penelitian menggunakan penelitian asosiatif. Analisis yang digunakan meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi). Serta menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis yang menggunakan uji signifikansi stimulan (uji statistik-f), uji parsial (uji-t), koefisien determinasi (r^2). Dari analisis menggunakan uji t, sebagai penentu seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Untuk melihat signifikansi dapat dilihat dengan membandingkan nilai signifikansi variabel dengan 0.10, apabila nilai signifikansi < 0.10 maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan pada variabel dependen.⁵

Pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arif ini memiliki persamaan yaitu pada metode penelitiannya menggunakan metode kuantitatif. Persamaan penelitian pada variabel terikat yaitu keputusan pembelian dan variabel bebas yaitu lokasi. Perbedaan penelitian variabel bebas adanya *store* atmosfer dan gaya hidup. Lokasi pada penelitian sebelumnya adalah Soban Cafe, sedangkan pada penelitian sekarang ini adalah Kedai Kopi 66.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ridlo Rizkha Pratama dari Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung (2018) dengan judul

⁵ Muhammad Arif, "Pengaruh *Store Atmosfer*, Lokasi serta Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Soban Cafe Medan" (Skripsi diterbitkan, UIN Sumatra Utara, Medan, 2018), 78.

“Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi Toko Terhadap Keputusan Pembelian El’s Coffe Bandar Lampung”. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa, store atmosfer dan lokasi mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian El’s Coffe. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji homogenitas, uji linieritas, uji multikolinearitas. Metode analisis data meliputi analisis regresi berganda, uji statistik f, uji statistik t, koefisien determinasi (R^2). Dari analisis uji f, terdapat kriteria keputusan, yaitu dengan asumsi F hitung $< F$ tabel, H_1 tidak dapat diterima, sementara itu jika F cek $> F$ tabel, H_1 diterima. Hasil uji f memakai SPSS bisa dilihat pada tabel ANOVA. Tingkat kepentingan yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$.⁶

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ridlo Rizkha, memiliki persamaan yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif dan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian dan persamaan variabel bebas pada lokasi. Kemudian yang membedakan adalah variabel bebasnya yaitu *store atmosfer*. Lokasi pada penelitian sebelumnya adalah El’s Coffe, sedangkan pada penelitian sekarang adalah Kedai Kopi 66.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Theresia Esti Mardhikasari dari Universitas Negeri Yogyakarta, dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi Toko dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

⁶ Ridlo Rizkha Pratama, “Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi Toko Terhadap Keputusan Pembelian El’s Coffe Bandar Lampung” (Skripsi diterbitkan, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, 2018), 57.

Mirota Kampus (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)”. Penelitian ini menunjukkan bahwa, variabel *atmosphere* toko, lokasi dan keragaman produk secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Mirota Kampus. Uji analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut ialah uji validitas, uji reliabilitas, teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif serta uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi berganda, pengujian hipotesis (uji t, uji f, uji koefisien determinasi (R^2)). Dari analisis regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa *store atmospher*, lokasi toko, dan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada mirota kampus.⁷

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Theresia Esti Mardhikasari, memiliki beberapa persamaan yaitu memakai metode penelitian kuantitatif dan variabel bebas pada lokasi dan variabel terikat pada keputusan pembelian. Perbedaan variabel bebas adanya *store atmosphere* dan keragaman produk. Lokasi pada penelitian sebelumnya adalah Mirota Kampus bukan pada Kedai Kopi 66.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Kiki Safitri dari Universitas Sumatera Utara Medan, dengan judul “Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Induk Medan Tuntungan”.

⁷ Theresia Esti Mardhikasari, “Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi Toko dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Kampus Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta” (Skripsi diterbitkan, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2014), 95.

Penelitian ini menunjukkan bahwa, variabel lokasi, fasilitas dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Induk Medan Tuntungan. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Metode analisis data yang dipakai yaitu uji validitas, uji reliabilitas, teknik analisa data menggunakan (analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heterokedasitas, uji multikolinearitas), uji koefisien determinasi, uji hipotesis (uji f, uji t). Dari hasil uji f dapat disimpulkan bahwa secara simultan lokasi, fasilitas dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.⁸

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kiki Safitri, memiliki beberapa persamaan yaitu menggunakan penelitian kuantitatif, variabel bebas pada lokasi dan variabel terikat pada keputusan pembelian. Perbedaan variabel bebas adanya fasilitas dan kepercayaan. Lokasi pada penelitian sebelumnya adalah di pasar induk medan tuntungan, sedangkan sekarang di Kedai Kopi 66.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Rokayah dari Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, dengan judul Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Bakpia Ahmad's Family Ds. Gembleb Kec. Pogalan Kab. Trenggalek)". Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi dan promosi mempunyai pengaruh secara signifikan

⁸ Kiki Safitri, "Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Induk Medan Tuntungan" (Skripsi diterbitkan, Universitas Sumatera Utara, Medan, 2019), 58.

terhadap keputusan pembelian di Bakpia Ahmad's Family. Metode analisis data pada penelitian ini memakai uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas residual, uji multikolinieritas, uji heterokedasitas, uji linieritas), teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji f, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil uji dapat diperoleh kesimpulan bahwa ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.⁹

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Rokayah, mempunyai beberapa persamaan yaitu menggunakan penelitian kuantitatif, variabel bebas pada lokasi dan variabel terikat pada keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya pada promosi. Lokasi pada penelitian sebelumnya adalah di Bakpia Ahmad's Family, penelitian sekarang di Kedai Kopi 66.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

- Ha : Terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi 66, Selopanggung, Kabupaten Kediri.
- H0 : Tidak terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi 66, Selopanggung, Kabupaten Kediri.

⁹ Siti Rokayah, "Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Bakpia Ahmad's Family Ds. Gembleb Kec. Pogalan Kab. Trenggalek)" (Skripsi diterbitkan, IAIN Ponorogo, Ponorogo, 2019), 87.