

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH LOKASI DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN VARIAN COKLAT
(Studi pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri)

ISABELLAWATI
NIM.9.313.294.14

Disetujui oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr.Hj Zuraidah. M.Si
NIP. 19720412 2006042 001

Ali Samsuri, M.El
NIP. 197161031 2009011 003

NOTA DINAS

Kediri, 17 Juni 2019

Nomor : -
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 - Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama: ISABELLAWATI

NIM : 9.313.294.14

Judul : PENGARUH LOKASI DAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN VARIAN COKLAT (Studi
pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-I).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr.Hj Zuraidah. M.Si
NIP. 19720412 2006042 001

Ali Samsuri, M.EI
NIP. 197161031 2009011 003

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 17 Juni 2019

Nomor : -
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 - Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:
Nama: ISABELLAWATI
NIM : 9.313.294.14
Judul : PENGARUH LOKASI DAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN VARIAN COKLAT (Studi
pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 17 Juni 2019, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr.Hj Zuraidah. M.Si
NIP. 19720412 2006042 001

Ali Samsuri, M.EI
NIP. 197161031 2009011 003

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH LOKASI DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN VARIAN COKLAT
(Studi pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri)

ISABELLAWATI
NIM. 9.313.070.14

Telah diujikan di depan sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 17 Juni 2019

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Dr. Andriani, SE.MM (.....)
19730113 200312 2 001
2. Penguji I
Dr.Hj. Zuraidah. M.Si (.....)
NIP. 19720412 2006042 001
3. Penguji II
Ali Samsuri, M.EI (.....)
NIP. 197161031 2009011 003

Kediri, 17 Juni 2019
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI
NIP. 19750101 199803 1 002

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah:6)

Segala sesuatu yang kita miliki dan yang terjadi di hidup kita adalah yang terbaik
kita yang sering salah memahami maksud-Nya

(Kurniawan Gunadi)

Berdoalah, karena Allah tidak pernah main-main dengan doa hamba-Nya

(Aji Nur Afifah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Ku Persembahkan Skripsi ini untuk yang selalu bertanya:
“kapan Skripsi mu selesai ?”*

Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukan sebuah kejahatan, bukan sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kepintaran seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baik skripsi adalah skripsi yang selesai? Baik itu selesai tepat waktu maupun tidak tepat waktu.

ABSTRAK

ISABELLAWATI, Dosen pembimbing Dr.Hi Zuraidah. M.Si dan Ali Samsuri, M.EI : "Pengaruh Lokasi dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Varian Coklat *Drinks* (Studi pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri)" Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Kediri, 2019.

Kata Kunci: Lokasi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

Café adalah tempat minum kopi yang pengunjunnya dihibur dengan musik atau tempat minum yang pengunjunnya dapat memesan minuman seperti kopi, teh, bir, dan kue-kue. Dalam mengelola bisnis *café*, salah satu aspek penting pelayanan pada *café* tersebut adalah pilihan tempat dan desain interior ruangan serta fasilitas yang ada di dalamnya (lokasi). Kemudian juga dengan produk yang harus diperhatikan kualitasnya (kualitas produk). Karena, dengan menjaga kedua aspek tersebut dapat memberikan kenyamanan, kepuasan, dan sebagai pemenuhan selera konsumen sehingga mampu bersaing dengan *café* yang lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling*, yaitu teknik yang memberi peluang atau kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Simple Random Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Chocolata Café* Kediri dengan sampel yang berjumlah 100 konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil perhitungan (r) maka, antara variabel X1 dan Y (0,831), artinya berhubungan sangat kuat. Antara variabel X2 dan Y (0,699), artinya berhubungan kuat. Dan antara variabel X1 dan X2 (0,592) berhubungan kuat. Maka antar variabel bebas dan terikat, secara parsial terbukti memiliki hubungan. Dari uji korelasi berganda diperoleh Sig. F *change* sebesar 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$ yang berarti lokasi dan kualitas produk bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = -9,507 + 0,783 X_1 + 0,363 X_2$. Nilai determinasi (R^2) sebesar 0,754 atau 75,4%. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi dan kualitas produk berpengaruh sebesar 75,4% terhadap keputusan pembelian varian coklat pada konsumen *Chocolata Café* Kediri tahun 2019. Sedangkan sisanya sebesar 24,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu harga dan promosi.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT berkat Taufiq, dan Hidayahnya, sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan. Shawalat serta salam senantiasa tetap tercurah limpahkan pada Nabi Muhammad SAW, Nabi dari semua Nabi, dan pembawa kesempurnaan yakni agama Islam.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Chocolata Café* Kediri”. Penulis menyadari dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr.H. Nur Chamid, MM selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Dr.H. Imam Annas Mushlihin, M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Ahmad Syakur, LC., M.EI selaku Kepala Jurusan Ekonomi Bisnis dan Islam.
4. Seluruh dosen beserta staf Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Bisnis dan Islam IAIN Kediri.
5. Dr.Hj. Zuraidah, M.Si dan Ali Samsuri, M.EI selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, memberi masukan, dan menyempurnakan skripsi ini.
6. Pemilik dan pengelola *Chocolata Café* Kediri yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian untuk terselesainya tugas akhir ini.

7. Kedua orang tua dan segenap keluarga yang terus mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini dengan untaian doa yang tiada henti terucap dan deretan nasehat-nasehatnya yang membangkitkan ketika putus asa dan lengah.
8. Sahabat sejak OSPEK hingga akhir hayat, Lifatul Dwi Azizah dan Yayuk Susanti yang terlebih dulu lulus dari IAIN Kediri. Terimakasih telah menjadi teman, sahabat, dalam keadaan apapun dan dimanapun.
9. Sahabat dan keluarga kost Chalisa gang 1, yang telah memberikan kenangan terindah sepanjang hidup dan sahabat sepanjang perjalanan perkuliahan yang berasal dari segala jurusan di IAIN Kediri. Dimulai dari kakak tingkat, sepantaran hingga adik tingkat. Semoga kita semua tetap menjadi keluarga sampai kapan pun.
10. Teman teman seperjuangan penelitian kuantitatif dan anak bimbingan Dr.Hj. Zuraidah, M.Si yang tak lelah untuk selalu memberi semangat, dan dorongan untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Yang berjuang bersama yaitu; Meidita, Angel, Zelika, Noviana, Anis, Atrida, Delisa, Rofi', Faiz dan yang telah lulus yaitu; Yesika dan Imamatun. Terimakasih banyak untuk dukungan, kerja sama, dan solidaritasnya selama ini. Semoga kelak kita tetap menjaga silaturahmi sebagai teman seperjuangan.
11. Teman-teman di IAIN Kediri angkatan 2014, serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu penulis dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, karena itulah penulis berharap semua pihak yang membaca agar memberikan masukan serta saran dan kritik demi perbaikan pada penelitian selanjutnya. Namun demikian, besar harapan agar skripsi ini dapat bermanfaat untuk siapa saja yang membutuhkan.

Kediri,

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Telaah Pustaka	8
F. Hipotesis Penelitian.....	10
G. Penegasan Istilah.....	11
BAB II: LANDASAN TEORI.....	14
A. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	14
1. Lokasi.....	14
2. Produk	19
3. Kualitas Produk.....	24
B. Keputusan Pembelian.....	31
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	31
2. Tipe-Tipe Keputusan Pembelian.....	31

3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	32
4. Indikator Keputusan Pembelian	33
5. Konsep Islam terhadap Keputusan Pembelian	35
C. Hubungan Antar Variabel Penelitian	37
1. Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	37
2. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	38
BAB III: METODE PENELITIAN	40
A. Rancangan Penelitian.....	40
B. Populasi dan Sampel	40
C. Lokasi Penelitian.....	42
D. Variabel Penelitian.....	42
E. Definisi Operasional	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45
G. Instrumen Penelitian	45
H. Analisis Data	46
BAB IV: HASIL PENELITIAN	60
A. Gambaran Umum <i>Chocolata Café</i> Kediri.....	60
1. Sejarah <i>Chocolata Café</i> Kediri	60
2. Visi dan Misi <i>Chocolata Café</i> Kediri.....	61
B. Pengujian Instrumen.....	61
1. Uji Validitas	61
2. Uji Reliabilitas.....	64
3. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	67
C. Analisis Data	69
1. Analiss Deskriptif	69
2. Distribusi Frekuensi	70
D. Uji Asumsi Klasik.....	72
1. Uji Normalitas.....	72
2. Uji Multikolinieritas.....	73
3. Uji Heteroskedastisitas.....	74
4. Uji Autokorelasi.....	75

5. Analisis Korelasi	76
6. Analisis Korelasi Berganda.....	78
E. Analisis Regresi Linier Berganda	79
F. Uji F	80
G. Uji t	82
H. Uji Determinasi	83
BAB V: PEMBAHASAN	85
A. Lokasi pada <i>Chocolata Café</i> Kediri	85
B. Kualitas Produk Varian Coklat pada <i>Chocolata Café</i> Kediri	88
C. Keputusan Pembelian pada <i>Chocolata Café</i> Kediri.....	92
D. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Varian Coklat	95
E. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Chocolata Café</i> Kediri	96
F. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Varian Coklat	97
BAB VI: PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Daftar <i>Café</i> di Kediri tahun 2018.....	3
Tabel 1.2 Perbedaan <i>Café</i>	4
Tabel 1.3 Jenis produk varian coklat yang dibeli oleh konsumen di <i>Chocolata Café</i>	6
Tabel 1.4 Daftar minuman (drinks) varian coklat di <i>Chocolata Café</i>	6
Tabel 1.5 Alasan konsumen membeli varian coklat di <i>Chocolata Café</i>	7
Tabel 3.1 Indikator Variabel Lokasi	43
Tabel 3.2 Indikator Variabel Kualitas Produk	44
Tabel 3.3 Indikator Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Nilai r Korelasi <i>Pearson</i>	55
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	62
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	63
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X1) Sebelum Uji Coba	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X1) Setelah Uji Coba	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2) Sebelum Uji Coba	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2) Setelah Uji Coba	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) Sebelum Uji Coba.....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) Setelah Uji Coba.....	67
Tabel 4.10 Rekapitulasi Skor Angket Variabel Lokasi, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.11 Analisis Statistik	69
Tabel 4.12 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi (X1).....	70
Tabel 4.13 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X2).....	71

Tabel 4.14 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikoolinieritas	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi	75
Tabel 4.17 Hasil Analisis Korelasi	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Korelasi Berganda	79
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
Tabel 4.20 Hasil Uji F	81
Tabel 4.21 Hasil Uji t.....	82
Tabel 4.22 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas dengan SPSS 21	74
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian

Lampiran II Data Penelitian dan Hasil Penelitian

Lampiran III Surat Izin Penelitian

Lampiran IV Daftar Konsultasi

Lampiran V Daftar Riwayat Hidup