

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

**SKRIPSI**

**Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**



Oleh:

**ISABELLAWATI**

**9.313.294.14**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

**2019**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan bisnis di era Abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman seperti warung, depot, rumah makan, *café*, restoran di hotel berbintang.<sup>1</sup>

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Dikarenakan salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran. Serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Yogi Setiawan, “Pengaruh Harga, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berkunjung pada Café Taman Selfie di Kota Binjai” (Jurnal: Universitas Sumatera Utara, 2018), 1.

<sup>2</sup> Bonaventura Efrian Antyadika, “Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Wong Art Bakery & Café Semarang)” (Jurnal: Universitas Diponegoro, 2012), 2.

Menurut *Google Translate* pengertian *café* (bahasa perancis) adalah kafe (bahasa indonesia).<sup>3</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kafe adalah tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik. Atau tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman seperti kopi, teh, bir, dan kue-kue.<sup>4</sup> Sedangkan menurut *Wikipedia*, kafe dari (bahasa Perancis: *café*) secara harfiah adalah (minuman) kopi. Tetapi kemudian menjadi tempat untuk minum-minum yang bukan hanya kopi, tetapi juga minuman lainnya termasuk minuman yang beralkohol rendah.<sup>5</sup>

Membuka bisnis *café* tidak sekedar mengunggulkan menu makanan, tetapi juga perlu diperhatikan konsep pelayanan yang akan diberikan dan apa yang ada di dalam *café* tersebut. Salah satu aspek penting pelayanan ini adalah pilihan tempat dan desain interior ruangan serta fasilitas yang ada di dalamnya. Apabila *café* ditata secara unik, menggunakan tema tertentu, akan membuat nyaman pengunjung. Pengunjung biasanya datang ke *café* tidak hanya untuk mengenyangkan perut, melainkan juga untuk bersantai dan menghabiskan waktu luang.<sup>6</sup>

Kota Kediri merupakan salah satu kota di Indonesia. Meski tidak terlalu luas layaknya Surabaya, namun kota ini memiliki peradaban yang cukup maju. Selain itu gaya perkotaan sangatlah kental di Kota Tahu ini. Dengan

---

<sup>3</sup> John Echols, Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997), 93.

<sup>4</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/kafe>, diakses 15 Desember 2018.

<sup>5</sup> Wikipedia Indonesia, <https://id.wikipedia.org/wiki/Kafe>, diakses 15 Desember 2018.

<sup>6</sup> Rina Trisfuani Badhuni, “*Kafe dan Resto Apung*” (Jurnal: Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, 2014), 1-2.

luas sekitar  $63.4 \text{ Km}^2$ , Kediri memiliki berbagai macam fasilitas bagi masyarakatnya termasuk tempat nongkrong. Terdapat banyak tempat nongkrong di Kediri dengan berbagai macam tema. Dimulai dari tempat nongkrong seperti kedai kopi atau warung kopi, kedai susu, kedai *gelato* (es krim), *café*, dan resto. Penulis memfokuskan *café* sebagai obyek penelitian, maka peneliti hanya mengambil data yang berkaitan dengan *café*. Dari sekian banyak daerah di Kediri, penulis memilih Kelurahan Banjaran karena pada daftar “kawasan *café* di Kediri 2018”, terdapat 3 *café* terpopuler. Berikut merupakan tabelnya:<sup>7</sup>

**Tabel 1.1**  
**Daftar *Café* di Kediri th 2018**

No	Nama <i>Café</i>	Rating	Alamat	Ulasan
1	<b>De Roll <i>Café</i> &amp; Resto</b>	4,3/5 bintang	Jl. Slamet Riadi 41A Banjaran Kediri, Banjaran, Kec. Kota Kediri, Kota Kediri, Jawa Timur 64124	536 ulasan
2	<b>Chocolata <i>Café</i></b>	4,4/5 bintang	Jalan Slamet Riyadi No.30, Banjaran, Kec. Kota Kediri, Kediri, Jawa Timur 64124	552 ulasan
3	<b>Blessing Castle Kediri</b>	4,2/5 bintang	Perum Candra Kirana Jalan Veteran Blok A-10, Bandar Lor, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64114	330 ulasan
4	<b>Ayee <i>Café</i></b>	4,1/5 bintang	Jl. KH. Ahmad Dahlan No.119, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kediri, Jawa Timur 64112	471 ulasan
5	<b>Koboi <i>Café</i> Kediri</b>	4,2/5 bintang	Jl. Banjaran Gg. Carik No.48, Banjaran, Kec. Kota Kediri, Kota Kediri, Jawa Timur 64124	218 ulasan
6	<b>Treepot <i>Café</i> &amp; Resto</b>	4,3/5 bintang	Jl. Letjend. Mt. Haryono No.25, Singonegaran, Kec. Pesantren, Kota Kediri, Jawa Timur 64132	406 ulasan

Sumber: *Google Maps*, 2018

<sup>7</sup> Hasil dari google maps dengan kata kunci, “kawasan *café* di Kediri 2018”.

Dari tabel di atas, diketahui terdapat 6 *café* terpopuler di Kota Kediri dengan 3 diantaranya terletak di Kelurahan Banjaran. Dengan rating dan ulasan dimenangkan oleh *Chocolata Café* yaitu 4,4/5 bintang dan 552 ulasan. Dengan demikian peneliti melakukan observasi ke lapangan untuk meyakinkan data yang didapat dari ulasan *Google Maps*.

Kemudian, penulis mengambil beberapa *café* sebagai perbandingan, dengan alasan *café* tersebut menjadi tempat yang banyak digemari dan setara untuk dibandingkan serta lokasinya yang saling berdekatan. Berikut merupakan tabel perbedaan *café* disekitar Kelurahan Banjaran kota Kediri:<sup>8</sup>

**Tabel 1.2**  
**Perbedaan *Café***

<b>No</b>	<b>Nama <i>Café</i></b>	<b><i>Place</i> (Tempat)</b>	<b><i>Product</i> (Produk)</b>	<b><i>Price</i> (Harga)</b>	<b><i>Promotion</i> (Promosi)</b>
1	<b>Chocolata <i>Café</i></b>	a. Jl. Slamet Riyadi30 b. 24 Jam c. 5 Desember 2015 d. <i>Free wifi</i> e. <i>Music speaker</i> f. <i>Layar LCD</i>	a. Roti bakar b. <i>Snacks</i> c. <i>Fried rice</i> d. <i>Noodle</i> e. <i>Vegetable</i> f. <i>Egg</i> g. <i>Drinks</i>	Rp 4,000 - Rp 15,000	a. <i>Buy 1 get 1</i> b. <i>Live music</i> c. <i>Vote menu</i>
2	<b>De Roll <i>Café</i> &amp; Resto</b>	a. Jl. Slamet Riyadi 41A b. 11 pagi-10 malam c. 15 Desember 2015 d. <i>Free wifi</i>	a. <i>Chicken</i> b. <i>Beef</i> c. Nasi & Mie goreng d. Kwetiauw e. Ramen f. <i>Burger &amp; Sandwich</i> g. Minuman h. <i>Snacks</i>	Rp 4,000 - Rp 170,000	Diskon hari tertentu

<sup>8</sup> Hasil Observasi dan Pengamatan di Kelurahan Banjaran, Kota Kediri pada Desember 2018.

3	<b>Koboi Café</b>	a. Jl. Banjaran gg. Carik 48 b. 10pagi-12malam c. 18 Desember 2017 d. Parkir luas e. <i>Free wifi</i> f. Layar LCD	a. Roti bakar b. Cemilan c. Minuman d. Paket nasi	Rp 1,000 - Rp 12,000	-
4	<b>Atilla Café Shop</b>	a. Jl. Banjaran gg. Carik 75 b. 8pagi-3pagi c. 3 Mei 2017 d. <i>Free wifi</i>	a. <i>Squash drink</i> b. <i>Drinks</i> (teh,kopi) c. <i>Snacks</i>	Rp 2,000 - Rp 12,000	-

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa *Chocolata Café* merupakan *café* yang lebih unggul karena paling lama berdiri dengan berbagai fasilitas dan promosi lebih banyak. Untuk variasi menu sama banyak dengan *De Roll Café & Resto*. Sedangkan harga, berada urutan ke 2 setelah *De Roll Café & Resto*. Tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah sehingga mendatangkan banyak pelanggan.

Terdapat beberapa hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk memilih suatu produk atau jasa yang akan dipilih untuk digunakan. Sejalan dengan teori Kotler, konsep bauran pemasaran terdiri dari empat unsur P (4P) yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat/lokasi) dan *Promotion* (promosi).<sup>9</sup> Konsumen *Chocolata Café* ketika mengambil keputusan untuk melakukan pembelian pasti dipengaruhi oleh beberapa unsur bauran pemasaran tersebut. Pada tanggal

<sup>9</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2008), 120.

15 Desember 2018 peneliti melakukan observasi terhadap 35 orang responden dan diperoleh hasil sebagai berikut:<sup>10</sup>

**Tabel 1.3**  
**Jenis produk varian coklat yang dibeli oleh konsumen di *Chocolata Café***

<b>Produk</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Roti bakar	6	17,14%
<i>Snacks</i>	8	22,85%
<i>Fried rice</i>	3	8,57%
<i>Noodle</i>	2	5,71%
<i>Vegetable</i>	1	3,12%
<i>Egg</i>	0	0%
<i>Drinks</i>	15	42,85%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa produk yang paling banyak dibeli adalah varian coklat sebanyak 15 responden, dan yang tidak diminati adalah produk *egg* (telur) sebanyak 0 responden. Berikut merupakan jenis minuman apa saja yang tersedia di *Chocolata Café*:<sup>11</sup>

**Tabel 1.4**  
**Daftar minuman (drinks) varian coklat di *Chocolata Café***

<b>Nama minuman (drinks)</b>	<b>Jumlah responden</b>
<i>Original Chocolate</i>	1
<i>Premium Chocolate</i>	1
<i>Jahe Chocolate</i>	1
<i>Nut Chocolate</i>	-
<i>Oreo Chocolate</i>	3
<i>Avocado Chocolate</i>	2
<i>Strawberry Chocolate</i>	2
<i>Tiramisu White Chocolate</i>	1
<i>Black Forest</i>	1
<i>Choco Green Tea</i>	1
<i>Nutela Choco</i>	1
<i>Special Armaneto Chocolate</i>	-
<i>Choco Marshmello</i>	1

Sumber: Data diolah, 2018

<sup>10</sup> Hasil Observasi dan Pengamatan di *Chocolata Café* Kelurahan Banjaran, Kota Kediri pada Agustus 2018.

<sup>11</sup> Ibid.

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa produk yang paling banyak dibeli adalah varian coklat jenis *oreo chocolate* sebanyak 3 responden. Kemudian pada jenis *avocado chocolate* dan *strawberry chocolate* sebanyak 2 responden. Berikut merupakan alasan konsumen membeli berdasarkan teori 4P Kotler:<sup>12</sup>

**Tabel 1.5**  
**Alasan konsumen membeli varian coklat di *Chocolata Café***

Alasan membeli	Jumlah responden	Persentase
Produk	10	28,57%
Harga	8	22,85%
Lokasi	10	28,57%
Promosi	7	20%

Sumber: Data diolah 2018

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa banyak konsumen melakukan pembelian varian coklat di *Chocolata Café* karena produk dan lokasi. Dikarenakan indikator produk yang luas, maka pada penelitian ini difokuskan kepada indikator yang dominan dalam survey yaitu kualitas produk yang memiliki indikator lagi.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LOKASI DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VARIAN COKLAT *DRINKS* (Studi pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Lokasi *Chocolata Café* Kediri?

---

<sup>12</sup> Ibid.



2. Bagaimana Kualitas Produk Varian Coklat pada *Chocolata Café* Kediri?
3. Bagaimana Keputusan Pembelian Varian Coklat pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri?
4. Bagaimana Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Varian Coklat pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri?
5. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Varian Coklat pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri?
6. Bagaimana Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Varian Coklat pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui Lokasi *Chocolata Café* Kediri.
2. Mengetahui Kualitas Produk Varian Coklat pada *Chocolata Café* Kediri.
3. Mengetahui Keputusan Pembelian Varian Coklat pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri.
4. Mengetahui Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Varian Coklat pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri.
5. Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Varian Coklat pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri.

6. Mengetahui Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Varian Coklat pada Konsumen *Chocolata Café* Kediri.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dilihat secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran untuk dunia *marketing* yang berkaitan dengan lokasi dan kualitas produk suatu usaha.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai penambah pengetahuan sekaligus mempraktikkan pengetahuan yang telah diperoleh peneliti selama perkuliahan.

- b. Bagi lembaga perguruan tinggi

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan referensi bagi penelitian yang akan dilakukan selanjutnya, serta hasil penelitian dapat menjadi sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi pembaca.

- c. Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini, dapat digunakan sebagai masukan kepada pemilik *Chocolata Café* Kediri sebagai dasar pengambilan keputusan dalam strategi lokasi dan kualitas produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen.

d. Bagi konsumen

Sebagai bahan pertimbangan ketika akan mengambil keputusan pembelian.

**E. Telaah Pustaka**

1. Penelitian oleh Ridhatulah Fil Ardiyah Tobing (2015) dengan judul skripsi, “Pengaruh Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Café* Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi”.<sup>13</sup> Hasil penelitian berdasarkan regresi berganda menunjukkan bahwa variabel produk, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Pada *Café* Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi. Secara parsial variabel produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian pada *Café* Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi. Sedangkan, secara serempak variabel produk, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Café* Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi. Persamaan pada penelitian ini adalah pada variabel terikat yaitu keputusan pembelian dan sama-sama membahas tentang *café*, dan menggunakan variabel bebas Lokasi. Perbedaan pada penelitian ini adalah jika dalam penelitian terdahulu menggunakan variabel bebas Kualitas Pelayanan. Selain itu objek penelitian terdahulu pada *Café* Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi, sedangkan penelitian sekarang pada *Chocolata Café* Kediri.

---

<sup>13</sup> Ridhatulah Fil Ardiyah Tobing, “Pengaruh Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Café* Roemah Kopi Dolok Tebing Tinggi” (Jurnal: Universitas Sumatera Utara, 2015).

2. Penelitian oleh Abraham Mahendra Bagaskara (2014) dengan judul skripsi “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Semarang”.<sup>14</sup> Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan citra merek berpengaruh pada keputusan pembelian sepeda motor honda vario di Semarang. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, pada variabel dependen berupa keputusan pembelian dan pada variabel independen yaitu kualitas produk. Sedangkan perbedaannya variabel harga dan citra merek tidak diteliti dalam penelitian ini, dan variabel lokasi tidak diteliti di penelitian tersebut.
3. Penelitian oleh Yayan Bagus Wijaya (2015) dengan judul skripsi “Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Perumahan Puri Asri Kota Kediri”.<sup>15</sup> Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa harga, lokasi, promosi dan gaya hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada perumahan puri asri kota Kediri. Persamaan pada skripsi tersebut ada pada variabel bebas Lokasi dan variabel terikat Keputusan Pembelian. Sedangkan

---

<sup>14</sup> Abraham Mahendra Bagaskara, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Semarang” (Skripsi S1: Universitas Diponegoro Semarang, 2014).

<sup>15</sup> Yayan Bagus Wijaya, “Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Perumahan Puri Asri Kota Kediri” (Jurnal: Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2015).

perbedaannya, penelitian tersebut menggunakan variabel bebas harga, promosi, dan gaya hidup.

#### **F. Hipotesis Penelitian**

Menurut Sekaran, mendefinisikan hipotesis sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis di antara dua atau lebih variabel yang diungkap dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Dalam hal ini hipotesis sangat berkaitan dengan perumusan masalah, karena perumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian yang harus dijawab pada hipotesis, dan dalam menjawab rumusan masalah dalam hipotesis haruslah berdasar pada teori dan empiris.<sup>16</sup>

1.  $H_0$ : Tidak ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian varian coklat pada konsumen *Chocolata Café* Kediri  
 $H_a$ : Ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian varian coklat pada konsumen *Chocolata Café* Kediri
2.  $H_0$ : Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian varian coklat pada konsumen *Chocolata Café* Kediri  
 $H_a$ : Ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian varian coklat pada konsumen *Chocolata Café* Kediri
3.  $H_0$ : Tidak ada pengaruh lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian varian coklat pada konsumen *Chocolata Café* Kediri

---

<sup>16</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2013), 79.

$H_a$ : Ada pengaruh lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian varian coklat pada konsumen *Chocolata Café* Kediri

### **G. Penegasan Istilah**

#### 1. Lokasi

Dalam penelitian ini, lokasi adalah segala hal yang berkaitan dengan tempat dan fasilitas yang disediakan oleh *Chocolata Café* Kediri kepada pelanggan.

#### 2. Kualitas Produk

Dalam penelitian ini, kualitas produk adalah kualitas makanan yang ditawarkan oleh *Chocolata Café* Kediri kepada konsumen yaitu produk makanan varian coklat.

#### 3. Keputusan Pembelian

Dalam penelitian ini, keputusan pembelian adalah suatu kegiatan pelanggan yang membeli produk *Chocolata Café* Kediri.