



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN,  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MINUMAN PADA ECCHOFEE**

**SKRIPSI**

**RONALDO DWI SAPUTRO**

**1910111220**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2023**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN,  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MINUMAN PADA ECCHOFFEE**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**RONALDO DWI SAPUTRO**

**1910111220**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk pada penelitian ini telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Ronaldo Dwi Saputro

NIM : 1910111220

Bilamana dikemudian hari ditemukan kesesuaian dengan pernyataan saya, maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku

Jakarta, 18 Januari 2023

Yang menyatakan,



Ronaldo Dwi Saputro

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ronaldo Dwi Saputro  
NIM : 1910111220  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN PADA ECCHOFEE**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengahlimedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Jakarta, 29 September 2022  
Yang menyatakan,



Ronaldo Dwi Saputro

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN PADA ECCHOFEE

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

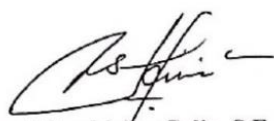
**Ronaldo Dwi Saputro 1910111220**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 12 Januari 2023  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Lina Arvani, S.E, MM

Ketua Penguji



Rosali Sembiring Colia, S.E, M.M.

Penguji I



Jenji Gunaedi Argo S.E., M.M.

Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Ariestiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS  
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidayati, S.E., M.M.  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 12 Januari 2023

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN PADA ECCHOFEE**

**By Ronaldo Dwi Saputro**

## ***Abstract***

*This type of research conducted by researchers is a quantitative study that aims to determine the effect of product quality, service quality, promotion, and purchasing decisions on ecchoffee. This study used a sample of 92 respondents from the population in East Jakarta who made purchases at Ecchoffee. The sampling technique uses non-probability sampling using a purposive sampling method. The data collection carried out in this study used an online questionnaire using the Google Form which was then distributed via the Line, WhatsApp, Twitter, Instagram and Telegram applications. This study uses the PLS (Partial Least Square) analysis technique with the SmartPLS 3.0 application. The results obtained from this study are: (1) The product quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions with a path coefficient value of 0.341. (2) The service quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions with a path coefficient value of 0.217. (3) The promotion variable has a positive and significant effect on purchasing decisions with a path coefficient value of 0.360.*

**Keywords:** *Product Quality, Service Quality, Promotion, Buying Decision*

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN PADA ECCHOFEE**

**By Ronaldo Dwi Saputro**

## **Abstrak**

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, promosi, dan keputusan pembelian pada ecchofee. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 92 responden dari populasi masyarakat di Jakarta Timur yang melakukan pembelian pada Ecchofee. Teknik pengambilan memakai *non probability* sampling dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan kuesioner secara online menggunakan Google Form yang kemudian disebar melalui aplikasi Line, WhatsApp, Twitter, Instagram, dan Telegram. Penelitian ini menggunakan Teknik analisis PLS (Partial Least Square) dengan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu: (1) Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023**

Hari ini Kamis , tanggal 12 Januari 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Ronaldo Dwi Saputro

No.Pokok Mahasiswa : 1910111220

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ecchoffee  
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*).

Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lina Ariyani, SE, MM	Ketua	1. ....
2	Rosali, SE, MM	Anggota I	2. ....
3	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota II **)	3. ....

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 12 Januari 2023  
Mengesahkan  
A.N DEKAN  
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.



## **PRAKATA**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul pada skripsi ini adalah **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman di Ecchoffee”**. Secara khusus peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen, serta Siti Hidayati, SE., M.M selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Selanjutnya peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Bapak Jenji Gunaedi Argo, SE, MM selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan saran yang akan sangat membantu peneliti untuk dapat menyelesaikan penelitian ini. Dan peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh Dosen serta Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan bimbingan maupun arahan selama penelitian ini berjalan.

Selain itu, ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada Bapak Eko Harpono dan Ibu Sugiarti sebagai kedua orang tua tercinta, yang terus memberikan semangat dan doa untuk menyelesaikan penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada teman terdekat peneliti yaitu Hartaniya Araya, Cornelius Tristan yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan penelitian, dan teman-teman seperjuangan serta seluruh teman-teman S1 Manajemen 2019 yang peneliti tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat peneliti. Karena keterbatasan, peneliti mengharapkan kritik dan masukan, dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

Jakarta, 21 Oktober 2022

Ronaldo Dwi Saputro.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1      Latar Belakang .....	1
1.2      Perumusan Masalah.....	11
1.3      Tujuan Penelitian.....	11
1.4      Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1      Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.1    Tahapan dalam Proses Menejemen Pemasaran.....	14
2.1.3    Pentingnya Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.4    Konsep Manajemen Pemasaran .....	16
2.2      Perilaku Konsumen .....	19
2.2.1    Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
2.2.2    Tipe Perilaku Pembelian Konsumen .....	21
2.3      Keputusan Pembelian .....	22
2.3.1    Indikator Pengambilan Keputusan Pembelian .....	22
2.3.2    Komponen Keputusan Pembelian .....	24
2.3.3    Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	25
2.4      Kualitas Produk .....	27
2.4.1    Dimensi Kualitas Produk .....	28
2.5      Kualitas Layanan.....	30
2.5.1    Dimensi Kualitas Layanan .....	32
2.6      Promosi.....	33
2.6.1    Tujuan Promosi .....	34
2.6.2    Macam-Macam Promosi .....	34
2.6.3    Alat-Alat Promosi .....	35
2.6.4    Karakteristik Promosi.....	37
2.7      Hasil Penelitian Sebelumnya.....	37
2.8      Model Penelitian .....	46
2.8.1    Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
2.8.2    Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	47

2.8.3	Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	47
2.9	Hipotesis.....	48
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1	Metode Penelitian.....	49
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	49
3.2.1	Definisi Operasional.....	49
3.2.2	Pengukuran Variabel .....	50
3.3	Populasi dan Sampel .....	52
3.3.1	Populasi .....	52
3.3.2	Sampel.....	53
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.4.1	Data Primer .....	54
3.4.2	Data Sekunder .....	57
3.5	Teknik Analisis Data .....	57
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	58
3.5.2	Uji Hipotesis.....	58
3.5.3	Uji Instrumen.....	59
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	65
4.1.1	Profil Ecchofee .....	66
4.2	Deskripsi Data Penelitian .....	66
4.2.1	Deskripsi Data Responden .....	66
4.2.2	Analisis Data Deskriptif .....	69
4.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	72
4.3.1	Analisis Inferensial.....	73
4.3.1.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	73
4.3.1.1.1	Uji Validitas .....	75
4.3.1.1.2	Uji Reliabilitas.....	79
4.3.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	80
4.3.2.1	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	80
4.3.3	Uji Hipotesis.....	81
4.3.3.1	Uji t.....	81
4.4	Pembahasan.....	83
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	83
4.4.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian .....	84
4.4.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.5	Keterbatasan Penelitian .....	85
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>86</b>
5.1	Simpulan.....	86
5.2	Saran.....	87
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Matriks Penelitian Sebelumnya.....	45
Tabel 2.	Pengukuran Variabel .....	51
Tabel 3.	Skala Likert .....	54
Tabel 4.	Kisi-Kisi Kuisisioner .....	55
Tabel 5.	Kriteria Penilaian Uji Validitas .....	61
Tabel 6.	Kriteria Penilaian Uji Reabilitas .....	62
Tabel 7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
Tabel 8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	67
Tabel 9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian .....	68
Tabel 10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	69
Tabel 11.	Keputusan Pembelian (Y) .....	69
Tabel 12.	Kualitas Produk (X1) .....	70
Tabel 13.	Kualitas Layanan (X2) .....	71
Tabel 14.	Promosi (X3) .....	71
Tabel 15.	<i>Convergent Validity</i> .....	75
Tabel 16.	<i>Discriminant Validity</i> .....	76
Tabel 17.	<i>Cross Loading</i> .....	76
Tabel 18.	<i>Fornell-Larcker Criterium</i> .....	78
Tabel 19.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	78
Tabel 20.	<i>Composite Reliability</i> .....	79
Tabel 21.	<i>Crohbach's Alpha</i> .....	80
Tabel 22.	<i>R-Square</i> .....	81
Tabel 23.	Nilai Koefisien Jalur ( <i>Path Coefficient</i> ).....	81
Tabel 24.	T-Statistik .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sensus Ekonomi UMK Non-Pertanian .....	1
Gambar 2. Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2016-2021 .....	2
Gambar 3. 10 Negara dengan Konsumsi Kopi Terbesar Dunia 2016/2017.....	3
Gambar 4. Konsumsi Kopi Per Kapita Rumah Tangga di Indonesia (2002-2016).....	5
Gambar 5. Alasan Publik Memilih Cafe .....	5
Gambar 6. Intensitas Kedatangan ke Cafe Selama Pandemi .....	7
Gambar 7. Ecchoffe Café dengan Olahan Kopi dan Kelor .....	8
Gambar 8. Respon Konsumen Terhadap Produk Kelor di Ecchoffee.....	8
Gambar 9. Model Penelitian .....	46
Gambar 10. Logo Ecchoffee.....	66
Gambar 11. Model Pengukuran (Outer Model) .....	74
Gambar 12. <i>Inner Model</i> .....	83

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Draft Kuesioner
- Lampiran 2. Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3. Deskripsi Data
- Lampiran 4. Hasil Cek Turnitin