



**ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK  
*POINT COFFEE* INDOMARET**

**SKRIPSI**

**VIERI IRAWAN 1610111030**

**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2020**



**ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK  
*POINT COFFEE* INDOMARET**

**SKRIPSI**

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

**VIERI IRAWAN 1610111030**

**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2020**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Vieri Irawan

Nim : 1610111030

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta,.. Juni 2020

Yang Menyatakan



Vieri Irawan

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vieri Irawan  
Nim : 1610111030  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (Non exclusive Royalty Free Right) atas skripsinya yang berjudul:

### ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK POINT COFFEE INDOMARET

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : Juni 2020

Yang Menyatakan



Vieri Irawan

**SKRIPSI**  
**ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK**  
***POINT COFFEE* INDOMARET**

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**VIERI IRAWAN 1610111030**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 09 Juli 2020  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Yuliniar, SE., MM  
Ketua Penguji



Rosali, SE., M.M  
Penguji I



Dra. Bernadin Dwi,  
M., MM Penguji II  
(Pembimbing)



Dr. Desmintari, S.E., M.M  
Ketua Jurusan Manajemen



Wahyudi, S.E., M.M  
Ketua Program Studi Manajemen  
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 09 Juli 2020

# ***ANALYSIS OF CONSUMER'S PURCHASE INTENTION ON POINT COFFEE INDOMARET***

***By Vieri Irawan***

## ***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the promotion, price and quality of product on purchase intention. The population in this study is a consumers who have experienced and purchased Indomaret Point Coffee product. The samples size was taken as many as 100 respondents, with a probability sampling method, simple random sampling. Data collection was carried out through the collection of google form questionnaires. The analysis technique used is the method PLS (Partial Least Square) analisis method with SmartPLS 3.0 software. The results of this study indicate. (1) Promotion variable has a significant effect on purchase intention. (2) Price of importance is significant on purchase intention. (3) Product quality variable is of significant importance on purchase intention.*

***Keywords: Promotion, Price, Product Quality, Purchase Intention***

# **ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK POINT COFFEE INDOMARET**

**Oleh Vieri Irawan**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah merasakan dan membeli produk *Point Coffee Indomaret*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden, dengan metode *probability sampling, simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner google form. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan software *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli. (2) variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. (3) variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

**Kata kunci: Promosi, Harga, Kualitas Produk, Minat Beli**

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971  
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

### **BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI** **SEMESTER GENAP TA. 2019/2020**

Hari ini Kamis, tanggal 09 Juli 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Vieri Irawan  
NIM : 1610111030  
Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut: Analisis Minat Beli Konsumen Pada Produk *Point Coffee* Indomaret

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus* \*)

#### **Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, S.E., MM	Ketua	1.
2	Rosali, S.E. MM	Anggota I	2.
3	Dra. Bernadin Dwi, M. MM	Anggota II **)	3.

#### **Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu  
\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 09 Juli 2020  
Mengesahkan  
A.n. Dekan  
Kepala Program Studi Manajemen  
Program Sarjana



## PRAKATA

Alhamdulillah penulis panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi tentang **“Analisis Minat Beli Konsumen Pada Produk *Point Coffee Indomaret*”**.Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan besar kita yaitu Nabi Muhammad SAW. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ibu Dr.Dian Wicakasih Arieftiara, Se.,Ak,M.Ak,CSRS, penulis juga berterimakasih banyak kepada Ibu Dra.Bernadin Dwi,M,.M.M selaku dosen pembimbing I, dan Pak Jenji Gunaedi Argo,S.E,.M.M pembimbing II yang selalu memberikan motivasi, semangat, saran dan nasihat yang bermanfaat selama penulisan menjadi mahasiswa di UPN “Veteran” Jakarta. penulis juga ucapkan terima kasih kepada Bapak Wahyudi,S.E,.M.M sebagai ketua program studi yang telah membimbing penulis dalam bidang akademik. Selain itu, penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada bapak-ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan perkuliahan sampai lulus dari UPN “Veteran” Jakarta.

Di samping itu penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada orang tua Dedi Irawan dan Lela Duana tercinta, keluarga, dan sahabat-sahabat Sinta, Livaldo, Sintia, Bagas, Nafra, Riski, dan Sunny yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan semangat dalam membantu menyelesaikan tugas akhir skripsian ini. Kemudian penulis mengucapkan terimakasih juga kepada seluruh angkatan Manajemen S1 angkatan 2016 yang ikut serta membantu menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 09 Juli 2020

Vieri Irawan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</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>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	8
I.3 Tujuan Penelitian .....	8
I.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
II.1 Tinjauan Pustaka.....	10
II.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
II.1.2 Minat Beli.....	11
II.1.2.1 Definisi Minat Beli .....	11
II.1.2.2 Aspek Minat Beli.....	11
II.1.2.3 Indikator Minat Beli.....	12

II.1.2.4	Tahapan Minat Beli .....	13
II.1.2.5	Faktor Dan Sifat Minat Beli .....	13
II.1.3.	Promosi .....	14
II.1.3.1	Definisi Promosi .....	14
II.1.3.2	Dimensi Promosi .....	15
II.1.3.3	Tujuan Promosi.....	17
II.1.4	Harga .....	18
II.1.4.1	Definisi Harga.....	18
II.1.4.2	Strategi Penyesuaian Harga .....	19
II.1.4.3	Tujuan Penetapan Harga .....	20
II.1.4.4	Indikator Harga.....	21
II.1.5	Kualitas Produk .....	22
II.1.5.1	Definisi Kualitas Produk .....	22
II.1.5.2	Dimensi Kualitas Produk .....	22
II.1.6	Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli .....	24
II.1.7	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli .....	25
II.1.8	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	25
II.2	Kerangka Pemikiran.....	27
II.3	Hipotesis.....	27
<b>III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
III.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	28
III.1	Definisi Operasional .....	29
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	29
III.2	Populasi dan Sampel .....	29
III.2.1	Populasi.....	29
III.2.2	Sampel.....	30
III.3	Teknik Pengumpulan Data .....	31
III.3.1	Jenis Data .....	31

III.3.2	Sumber Data .....	31
III.3.3	Pengumpulan Data .....	32
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	33
III.4.1	Teknik Analisis Data.....	33
III.4.1.1	Analisis Data Deskriptif .....	33
III.4.1.2	Partial Least Square (PLS) .....	35
III.4.1.3	Cara Kerja Partial Least Square (PLS) .....	35
III.4.1.4	Langkah-langkah Partial Least Square (PLS) .....	36
III.4.1.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
III.4.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	41
III.4.3	Uji Hipotesis .....	41
III.4.3.1	Uji Statistik t .....	41
<b>IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	44
IV.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	44
IV.1.2	Gambaran Umum Point Coffee Indomaret .....	47
IV.2	Deskripsi Data Penelitian .....	47
IV.2.1	Deskripsi Data Responden .....	47
IV.2.2	Deskripsi Data Penelitian .....	51
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	57
IV.3.1	Uji Validitas Kovergen .....	58
IV.3.2	Uji Validitas Diskriminan .....	58
IV.3.3	Uji Reliabilitas .....	60
IV.3.4	Model Struktural .....	61
IV.3.5	R Square .....	61
IV.3.6	Uji t-Statistik .....	62
IV.4	Pembahasan .....	64
IV.4.1	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli .....	65

IV.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli .....	65
IV.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	65
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
V.1	Simpulan.....	66
V.2	Keterbatasan Penelitian .....	67
V.3	Saran.....	67
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

- Tabel 1. Data 10 Provinsi Terbesar Penghasil Kopi di Indonesia
- Tabel 2. Data Jumlah Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2016-2021
- Tabel 3. Data Penjualan Point Coffee Indomaret Citra Indah Jonggol
- Tabel 4. Pengukuran Variabel
- Tabel 5. Skala Likert
- Tabel 6. Kisi-kisi Instrumen Penelitian
- Tabel 7. Peringkat Jawaban Responden
- Tabel.8. Intrepretasi Nilai Presentase Responden
- Tabel.9. Tingkat Reliabilitas Nilai *Cronbach Alpha*
- Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin
- Tabel 11. Karakteristik Responden Menurut Usia
- Tabel 12. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan
- Tabel 13. Karakteristik Responden Menurut Penghasilan
- Tabel 14. Karakteristik Responden Menurut Pembelian
- Tabel 15. Interprestasi Nilai Presentase Responden
- Tabel 16. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli
- Tabel 17. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi
- Tabel 18. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga
- Tabel 19. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk
- Tabel 20. *Outer Loading Factor*
- Tabel 21. *Average Variance Extracted (AVE)*
- Tabel 22. Uji Reliabilitas
- Tabel 23. R Square
- Tabel 24. Uji t-Statistik

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Jumlah Produsen Petani Indonesia Diposisi Ke 3 Dunia

Gambar 2. Grafik Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2016-2021

Gambar 3. Kerangka Pemikiran

Gambar 4. Langkah-Langkah Analisis PLS

Gambar 5. Kerangka Model Penelitian PLS

Gambar 6. Logo Indomaret

Gambar 7. Logo *Point Coffee* Indomaret

Gambar 8. *Outer Model*

Gambar 9. *Inner Model*

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Sebelumnya
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 100 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisis Infrensial
- Lampiran 7. Bukti Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 8. T Tabel dan R Tabel
- Lampiran 9. Hasil Turnitin