



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN CHEESE TEA  
PADA TOKO KINI DI LIMO DEPOK**

**SKRIPSI**

**KEVIN RYAN FAHREZY**

**1610111207**

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

**2020**



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN CHEESE TEA  
PADA TOKO KINI DI LIMO DEPOK**

**SKRIPSI**

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

**Sarjana Manajemen**

**KEVIN RYAN FAHREZY**

**1610111207**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN 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 : Kevin Ryan Fahrezy

NIM : 1610111207

Jakarta, 20 Juni 2020

Yang menyatakan,



Kevin Ryan Fahrezy

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kevin Ryan Fahrezy  
NIM : 1610111207  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen S1  
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:

### **Analisis Keputusan Pembelian Cheese Tea Pada Toko Kini di Limo Depok**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 20 Juni 2020

Yang Menyatakan,



**SKRIPSI**

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN CHEESE TEA PADA  
TOKO KINI DI LIMO DEPOK**

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**KEVIN RYAN FAHREZY**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 30 Juni 2020**

**Dan dinyatakan memenuhi Syarat untuk diterima**



**Drs. Haryanto Ridwan, MM**  
**Ketua Penguji**



**Drs Syarif Ali, M.Si,CHRP**  
**Penguji I**



**Drs. Pandapotan Simarmata, MM**  
**Penguji II (Pembimbing)**



**Dr. Desmintari, SE, MM**  
**Ketua Jurusan Manajemen**



**Wahyudi, SE, MM**  
**Ketua Program Studi Manajemen  
Program Sarjana**

Disahkan di: Jakarta  
Pada tanggal: 30 Juni 2020

# ***Analysis of Cheese Tea Purchasing Decision At Kini In Limo Depok***

***By***

***Kevin Ryan Fahrezy***

## ***ABSTRACT***

*The development of the beverage industry at this time can be chosen easily up Indonesia, this can be seen from the number of beverage shops that have been available everywhere. Can be seen ini sharing places such as malls and places frequented by other people used to start a beverage business. This research is a quantitative research on Cheese Tea products in Kini. The purpose of this study is to determine wheter the decision to purchase Cheese Tea in Kini is influenced by packaging, price, and sales promotion. The population in this study are users or who have shopped at Kini. Samples takes as many as 75 respondents, using non probability sampling technique and purposive sampling technique methods. Data collection was done through disturbing quetionnaires online to respondents. The analysis technique used is the PLS (Partial Least Square) analysis method using SmartPLS 3.0 software. The results of this study indicate that the variables of price and sales promotion have a significant effect on purchasing decisions. While the packaging variable has no influence and is not significant on purchasing decisions.*

***Keyword:*** *Packaging, Price, Sales Promotion, Purchasing Decision.*

## **Analisis Keputusan Pembelian Cheese Tea Pada Toko Kini di Limo Depok**

**Oleh**  
**Kevin Ryan Fahrezy**

### **ABSTRAK**

Perkembangan industri minuman pada saat ini dapat dikatakan cenderung naik di Indonesia, hal ini dapat terlihat dari banyaknya toko minuman yang telah membuka tokonya dimana – mana. Dapat dilihat di berbagai tempat seperti mall dan tempat – tempat yang sering dikunjungi banyak orang lainnya dijadikan tempat memulai usaha minuman. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif pada produk *Cheese Tea* yang ada pada Toko Kini. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah keputusan pembelian produk *cheese tea* pada toko Kini yang dipengaruhi oleh kemasan, harga dan promosi penjualan. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang pernah membeli di toko Kini. Sampel yang diambil sebanyak 75 orang responden, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Non Probabilty Sampling* dan metode sampel teknik *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online kepada responden. Teknik analisis yang dipakai adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel kemasan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Kemasan, Harga, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-765697  
Laman : [www.upnxyj.ac.id](http://www.upnxyj.ac.id), e-mail : [febupnxyj@upnxyj.ac.id](mailto:febupnxyj@upnxyj.ac.id)

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

Hari ini Rabu tanggal 1 Juli 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : KEVIN RYAN FAHREZY

NIM : 1610111207

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut: ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN CHEESE  
TEA PADA TOKO KINI DI LIMO DEPOK

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

**Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Haryanto Ridwan, MM	Ketua	1.
2	Drs Syarif Ali, M.Si,CHRP	Anggota I	2.
3	Drs. Pandapotan Simarmata, MM	Anggota II (**)	3.

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 1 Juli 2020  
Mengesahkan  
A.n. Dekan  
Kaprod. Manajemen S.1



## **PRAKATA**

Puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya penulis telah berhasil menyelesaikan skripsi ini. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan September sampai dengan bulan Desember 2019 dengan judul **“Analisis Keputusan Pembelian Cheese Tea Pada Toko Kini Di Limo Depok”**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada Bapak Drs. Munasiron Miftah, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, Bapak Wahyudi, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Bapak Drs. Nobelson, MM selaku dosen pembimbing akademik. Kemudian Bapak Drs. Pandapotan Simarmata, MM dan Bapak Jenji Gunaedi Argo,SE,MM selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan dan memberi saran-saran yang sangat bermanfaat. Serta penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh Dosen, Staff Admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan maupun arahan selama penelitian berjalan.

Di samping itu, penulis ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Kusworo Yuli Saputra dan Ibu Fatris Danti selaku orangtua saya serta seluruh keluarga yang tiada henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada Orang tua dan keluarga, teman-teman seperjuangan Maudi Intan, Achmad Zainul Arifin, Haryo Bimo, Muhammad Rizki Saputra, Rachmat Hutomo Rambe, Ratu Icha Agustin, Siti Fatimah, Errina, Teuku Ilyas Renaldi serta teman teman Manajemen 16, Errina dan Jono cs yang telah dengan sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis, memberikan semangat dan doa serta membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat.

Jakarta, 20 Juni 2020

Kevin Ryan Fahrezy

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINIALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</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>vii</b>
<b>PRAKARTA.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
II.1 Tinjauan Pustaka.....	8
II.1.1 Pemasaran.....	8
II.1.1.1 Konsep Inti Pemasaran .....	8
II.1.2 UMKM .....	9
II.1.3 Keputusan Pembelian.....	10
II.1.3.1 Proses Keputusan Pembelian .....	11
II.1.3.2 Rangkaian Keputusan Pembelian .....	12

II.1.3.3	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	13
II.1.4	Promosi Penjualan.....	15
II.1.4.1	Komponen Promosi .....	15
II.1.5	Kemasan.....	16
II.1.5.1	Fungsi Kemasan.....	17
II.1.5.2	Tujuan Kemasan .....	18
II.1.6	Harga.....	18
II.1.6.1	Tujuan Penetapan Harga .....	18
II.1.6.2	Indikator Harga .....	19
II.2	Model Penelitian Empirik.....	20
II.3	Hipotesis .....	21
II.3.1	Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
II.3.2	Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
II.3.3	Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>24</b>
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	24
III.1.1	Definisi Operasional.....	24
III.1.2	Pengukuran Variabel .....	25
III.2	Populasi dan Sampel.....	26
III.2.1	Populasi .....	26
III.2.2	Sampel .....	26
III.3	Teknik Pengumpulan Data .....	27
III.3.1	Jenis Data.....	27
III.3.2	Sumber Data .....	27
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	29
III.4.1	Analisa Dekriptif .....	29
III.4.1.2	Analisis Partial Square (PLS) .....	31
III.4.1.3	Uji Hipotesis .....	36

<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN</b> .....	<b>38</b>
IV.1.	Deksripsi Objek Penelitian .....	38
IV.1.1	Profil Kini Cheese Tea.....	38
IV.2.	Analisis Deksriptif .....	38
IV.2.1	Deksripsi Data Responden.....	38
IV.2.2	Persepsi Responden .....	40
IV.3.	Analisis Inferensial .....	45
IV.3.1	Model Pengukuran (Outer Model) .....	46
IV.3.1.1	Uji Validitas Konvergen.....	47
IV.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan .....	48
IV.3.1.3	Uji Reliabilitas PLS .....	50
IV.3.2	Model Struktural (Inner Model).....	51
IV.3.2.1	R-Square .....	51
IV.3.2.2	Koefisien Jalur (Path Coefficients).....	51
IV.3.2.1	Uji t-statistik .....	52
IV.4.	Pembahasan.....	53
IV.4.1	Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cheese Tea Pada Toko Kini .....	53
IV.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cheese Tea Pada Toko Kini .....	54
IV.4.3	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cheese Tea Pada Toko Kini .....	55
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>57</b>
V.1.	Simpulan .....	57
V.2.	Keterbatasan Penelitian .....	57
V.3	Saran.....	58
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>59</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan Minuan Kini Cheese Tea 2019 .....	3
Tabel 2. Data Keluhan Konsumen .....	4
Tabel 3. Kriteria UMKM .....	11
Tabel 4. Kisi – Kisi Instrumen .....	25
Tabel 5. Skala Likert .....	28
Tabel 6. Kisi – Kisi Instumen .....	28
Tabel 7. Peringkat Jawaban Kuesioner .....	29
Tabel 8. Interpretasi Nilai Presentasi Responden.....	31
Tabel 9. Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	35
Tabel 10. Jenis Kelamin .....	38
Tabel 11. Frekuensi Usia.....	39
Tabel 12. Pekerjaan.....	39
Tabel 13. Pembelian Produk Kini Selama Sebulan Terakhir .....	40
Tabel 14. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 15. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Kemasan .....	42
Tabel 16. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga .....	43
Tabel 17. Hasil jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi Penjualan .....	44
Tabel 18. <i>Outer Loading Factor</i> .....	47
Tabel 19. <i>Fornell-Lacker Criterium</i> .....	49
Tabel 20. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	49
Tabel 21. <i>Composite Reliability</i> .....	50
Tabel 22. <i>Cronbach's Alpha</i> .....	51
Tabel 23. <i>R-Square</i> .....	51
Tabel 24. Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur.....	52
Tabel 25. Hasil Uji t-Statistik .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Tren data pertumbuhan makanan dan minuman, 2010 – 2019.....	1
Gambar. 2 Produk Kini Cheese Tea.....	3
Gambar. 3 Proses Keputusan Pembelian .....	21
Gambar. 4 Kerangka Penelitian.....	21
Gambar.5 Langkah – Langkah Analisis PLS .....	32
Gambar.6 Kerangka Pemikiran .....	33
Gambar 7 Nilai Loading Faktor Outer Model.....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 5. Hasil Dekripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Data Penelitian
- Lampiran 7. Hasil *Output Outer Model PLS*
- Lampiran 8. Hasil *Output SmartPLS 3.0*
- Lampiran 9. R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 10. Hasil Turnitin