

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN DI J.CO DONUTS &
COFFEE AMBARUKMO PLAZA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

FEBRIANTA BANGUN

11120070

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2015

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN DI J.CO DONUTS &
COFFEE AMBARUKMO PLAZA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

FEBRIANTA BANGUN

11120070

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2015

**Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen
Terhadap Pembelian di J.co Donuts & Coffee Ambarukmo
Plaza Yogyakarta**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh:

FEBRIANTA BANGUN

NIM : 11120070

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Pembelian di
J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

FEBRIANTA BANGUN

11120070

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal **10 DEC 2015**

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. : Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

(Ketua Tim)

2. : DR. Singgih Santoso, MM

(Dosen Penguji)

3. : Jonathan Herdioko, SE., MM

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, **10 DEC 2015**

Disahkan oleh:

Dekan,

Wakil Dekan I Manajemen,



DR. Singgih Santoso, MM

Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen
Terhadap Pembelian di J.co Donuts & Coffee
Ambarukmo Plaza Yogyakarta

Nama : Febrianta Bangun

NIM : 11120070

Mata Kuliah : Skripsi

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Semester : Gasal

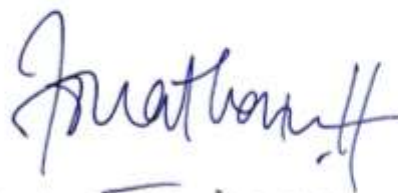
Tahun : 2015/2016

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

di Yogyakarta

Pada Tanggal: 27/11/15.

Dosen Pembimbing



(Jonathan Herdioko, SE., MM)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN DI J.CO DONUTS & COFFEE AMBARUKMO
PLAZA YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 27 November 2015



Febrianta Bangun

11120070

HALAMAN MOTTO

“Hai anak-anak, taatilah orang tuamu dalam segala hal, karna itulah indah di dalam Tuhan”

(Kolose 3:20)

“Born This Way is About being your self, and loving who you are and being proud”

“I had this dream, and I really wanted to be a STAR. And I was almost MONSTER in the way that I was really fearless with my ambition”

(Lady Gaga)

“Pengetahuan tidak dapat menggantikan PERSAHABATAN. Aku lebih suka jadi Idiot dari pada Kehilanganmu”

(Patric Star)

HALAMAN PERSEMBAHAN

The Script Present For :

- ✚ ALLAH didalam Nama Yesus Kristus.
- ✚ Kedua Orang tua saya.
- ✚ Kakak dan Adik Saya
- ✚ Keluarga Bangun dan Sebayang
- ✚ Dosen Pembimbing saya Bapak Jonathan Herdioko, SE.,
- ✚ Seluruh Dosen Fakultas Bisnis UKDW.
- ✚ Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW)
- ✚ Teman-temanku.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih, perlindungan dan bimbinganNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN DI J.CO DONUTS & COFFEE AMBARUKMO PLAZA YOGYAKARTA**” dengan baik.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu dan mendukung dalam pengerjaan penelitian ini hingga selesai. Baik bantuan berupa ide, gagasan, materi, maupun berupa dorongan semangat dalam penyelesaian penelitian ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan Rahmat dan penyertaanNya selama menempuh kuliah hingga pembuatan skripsi, sehingga penulis mampu menyelesaikan dan mengerjakan skripsi ini dengan baik.
2. Keluargaku tercinta Bapak, Mamak, dan kedua saudari yang telah memberikan dukungan doa dan juga semangat demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dengan tekun dan sabar dalam memberikan bimbingan, petunjuk serta pengarahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak-bapak dan Ibu-ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah berjasa mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
5. Kak Fitri, Bang Berkly dan kak Vinda yang telah membantu saya dari awal datang ke jogja dan menjadi kakak dan abang terbaik di jogja
6. Buat sahabatku Gus-Gus (Amel, Alin, Anggi, Desi, Dicki, Devan, Devi, Endah , Intan, Josep, Loren, Lia, Kakak Manu, Ongen, Vivi, Pitri dan Glen). Buat

Keluarga Kita yang udah menjadi keluargaku di jogja (Kak Yapie, Kak Rina, Ongen, Kak Heidi, Putri, Rama, Berq, Winda, Christian dan Meiland)

7. Buat Tuan Jefri yang udah sering antar kesana kemari, Nensya ketua GANDONG group yang selalu memberi Keceriaan dan menemani makan. buat Priskilla, Ichak, Mbak Ven yang sudah menjadi teman satu kelompok selama kuliah. Buat bebeb Dita dan Wiwin Sahabat tergila sepanjang masa. Buat Ongen dan keluarga (Papa Sam dan tante) yang dari awal kuliah sampai sekarang sudah banyak membantu saya. Buat Sayoga Alay beserta rekannya (susela, ori, michelle, monic,fani) dan Buat Organisasi yang telah membentukku selama kuliah MERSI, HMPSM dan BPM FBIS.
8. Buat Orang-Orang yang udah membantu Eva, Chyn, Citra, Vivi, Ivone, Melly, Desy, Kak Richard, Mbak Dwi, Mbak Rhini, Mbah Reny, Pak Ngadyo, Pak Edi, Kak Panda (Ferica), AJhuma (El, Vicki, abang Raisa, bu Peri, Tante Mailin, kak Litha, Mak Riri) Anels Tania, Gigi, Clinton, Danil, Ester, Ronny, Stella, Cintia, Ridwan, Okta, Michael, Ana, Vicor1, Victor 2, Jerry, Ikha, Artha, Jesryn, Fando, Jeanette, Rahma, Widia, Ratna, Atika, Aya, Kak Ayu, Debby, Dinari, Ambon dan Siapapun yang udah membantu dan namanya belum disebut Terima Kasih dan Minta Maaf dan Little Monster Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca guna menjadikan skripsi ini lebih sempurna.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Yogyakarta,

Penulis,

Febrianta Bangun

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKSI	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Batasan Penelitian	5
BAB II. LANDASAN TEORI	7

2.1. Produk	7
2.1.1 Definisi Kualitas Produk	7
2.1.2 Dimensi Kualitas Produk	9
2.2. Citra Merek	11
2.2.1 Pengertian Citra Merek.....	11
2.2.2 Manfaat Citra Merek	12
2.3. Promosi	13
2.3.1 Pengertian Promosi	13
2.3.2 Bentuk-bentuk Promosi	14
2.3.3 Tujuan Promosi	15
2.4. Keputusan Pembelian	15
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	15
2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	16
2.4.3 Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	19
2.5 Penelitian Terdahulu.....	22
2.6 Kerangka Pemikiran	24
2.7 Hipotesis	24
 BAB III. METODE PENELITIAN	 25
3.1. Data	25
3.1.1 Pengumpulan Data.....	26

3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	28
3.3. Metode Analisis Data	29
3.3.1. Uji Validitas	29
3.3.2. Uji Reliabilitas.....	30
3.3.3. Analisis Deskriptif.....	31
3.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda	32
3.3.5. Koefisien Determinasi (r^2).....	34
 BAB IV. HASIL PENELITIAN	 35
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	35
4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	37
4.3. Pembahasan Hasil	50
 BAB V. PENUTUP	 55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Keterbatasan Penelitian	57
5.3. Saran	57
 DAFTAR PUSTAKA	 60
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran	42
Tabel 4.6. Jumlah Responden berdasarkan banyak berkunjung	43
Tabel 4.7. Hasil Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4.8. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	46
Tabel 4.9. Hasil Uji F.....	47
Tabel 4.10. Hasil Uji t.....	48
Tabel 4.11. Tabel hasil penelitian.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Lima Tahap Proses Penelitian	21
Gambar 2.2. Kerangka Penelitian	24

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Analisis Regresi Linear Berganda

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan purposive sampling dengan kriteria melakukan pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir.. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat empat hipotesis yang didapat yaitu: pertama, diduga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta, kedua, diduga citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta, ketiga, diduga promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta, keempat, diduga komponen variabel kualitas produk, citra merek dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa ketiga komponen variabel (kualitas produk, citra merek, promosi) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Dapat disimpulkan bahwa ketiga komponen variabel (kualitas produk, citra merek, promosi) antara lain produk makanan dan minuman yang enak dan bervariasi, produk makanan dan minuman yang bersih dan higienis, suasana yang nyaman, merek yang terkenal dan mudah diingat, serta promosi yang bagus sangat mempengaruhi keputusan pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

Keywords : kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta

ABSTRAC

This study examines the effect of the component variables which consists quality product, brand image and promotion of the decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta. The data collection method is by distributing questionnaire forms. Samples were selected by using the purposive sampling method. The respondents are 100 people who have been bought J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta least twice last three mounths.

Based on these criterias, there are four hypothesis, as follow: First, the quality product gives a significant effect of the decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta; second, brand image gives a significant effect of the decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta; third, the promotion variable gives a significant effect of the decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta; fourth, supposedly the component variables of the quality product, brand image and promotion give a significant effect simultaneously image decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

The hypothesis were tested by using the multiple linear regression tool. The result shows that both of component variables give a significant effect image to the decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta. It can be concluded that product, brand image and promotion such as the food and beverage product tasty and varied, food and beverage product are clean and higenis, comfortable atmosphere, famous brand and easy to remember as well as the promotion of good are significant to the decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

keywords: *quality product, brand image, promotion, purchasing decision, regression*

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan purposive sampling dengan kriteria melakukan pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir.. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat empat hipotesis yang didapat yaitu: pertama, diduga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta, kedua, diduga citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta, ketiga, diduga promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta, keempat, diduga komponen variabel kualitas produk, citra merek dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa ketiga komponen variabel (kualitas produk, citra merek, promosi) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Dapat disimpulkan bahwa ketiga komponen variabel (kualitas produk, citra merek, promosi) antara lain produk makanan dan minuman yang enak dan bervariasi, produk makanan dan minuman yang bersih dan higienis, suasana yang nyaman, merek yang terkenal dan mudah diingat, serta promosi yang bagus sangat mempengaruhi keputusan pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

Keywords : kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta

ABSTRAC

This study examines the effect of the component variables which consists quality product, brand image and promotion of the decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta. The data collection method is by distributing questionnaire forms. Samples were selected by using the purposive sampling method. The respondents are 100 people who have been bought J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta least twice last three mounths.

Based on these criterias, there are four hypothesis, as follow: First, the quality product gives a significant effect of the decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta; second, brand image gives a significant effect of the decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta; third, the promotion variable gives a significant effect of the decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta; fourth, supposedly the component variables of the quality product, brand image and promotion give a significant effect simultaneously image decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

The hypothesis were tested by using the multiple linear regression tool. The result shows that both of component variables give a significant effect image to the decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta. It can be concluded that product, brand image and promotion such as the food and beverage product tasty and varied, food and beverage product are clean and higenis, comfortable atmosphere, famous brand and easy to remember as well as the promotion of good are significant to the decision to buy J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

keywords: *quality product, brand image, promotion, purchasing decision, regression*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis pada zaman sekarang ini telah berkembang dengan sangat pesat dan mengalami perubahan secara terus menerus. Salah satu contoh perubahan tersebut yaitu dalam hal perubahan teknologi dan gaya hidup masyarakat dimana hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi yang sekarang terjadi. Dalam era globalisasi ini, jumlah merek, produk, dan pelayanan serta harga yang bersaing menjadi sangat banyak. Sehingga, konsumen memiliki banyak pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih sesuai yang konsumen inginkan. Hal ini juga menyebabkan terjadinya *hyper competition* antar berbagai perusahaan sehingga perusahaan perlu memperhatikan mengenai keunggulan bersaing dan memberikan nilai lebih tinggi dibanding dengan perusahaan lainnya. Untuk itu, maka pemahaman terhadap apa yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan pelanggan mutlak dilakukan oleh pemimpin perusahaan untuk memuaskan pelanggan.

Pembeli adalah seseorang atau perusahaan dalam mendapatkan barang atau jasa terlebih dahulu mempertimbangkan banyak faktor yang mempengaruhi barang dan jasa tersebut. Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu di antaranya (Nugroho (2003:38). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. J.co merupakan perseroan terbatas dan merupakan industri

cepat saji. Selain donut dan kopi, J.co juga menjual Yogurt beku dan teh. J.co Donuts di Indonesia dan beberapa negara Asia yaitu berjumlah 99 cabang dan salah satu cabangnya adalah J.co Ambarukmo Plaza J.co Donuts & Coffee hadir ditengah masyarakat dengan berbagai jenis produk yang ditawarkan.

Masalah pemasaran hakekatnya tidak hanya diarahkan untuk memuaskan pelanggan melainkan juga ditujukan untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga keputusan pembelian konsumen mempunyai suatu momen yang penting dalam aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, keputusan pembelian merupakan titik pokok dalam proses pencarian dan evaluasi atas beberapa alternatif yang ada guna dapat menentukan pembelian yang nyata atas suatu produk.

Melihat pentingnya keputusan pembelian maka Fausi Arman (2010) meneliti faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian laptop merek Acer pada Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat USU Medan. Hasil penelitian yang dilakukan menemukan bahwa kualitas, merek, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek Acer.

Sedangkan, Darmawan (2010) meneliti faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli sepeda motor dengan menguji pengaruh kualitas produk, harga kompetitif dan citra merek. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Fausi Arman, maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli yakni: kualitas produk, promosi dan citra merek dengan obyek penelitian pada J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri cepat saji. Untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan industri cepat saji lainnya, seperti : perusahaan Dunkin Donuts, Bread Talk dan Starbuck maka perusahaan perlu melakukan evaluasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi konsumen terhadap pembelian Donut pada J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan agar perusahaan dapat lebih meningkatkan penjualan serta dapat mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan pesaing lainnya.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi konsumen terhadap pembelian donut adalah faktor kualitas produk, citra merek dan promosi. Keempat faktor tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena dengan adanya kualitas produk donut, citra merek yang melekat selama ini pada produk Donut J.co serta didukung dengan kegiatan promosi maka secara langsung akan memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian donut yang diproduksi oleh J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengangkat tema ini lebih jauh dengan memilih judul skripsi sebagai berikut: “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Pembelian di J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta“.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan-permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap pengambil keputusan pembelian konsumen J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta?
- b. Apakah citra merek berpengaruh terhadap pengambil keputusan pembelian konsumen J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta?
- c. Apakah promosi berpengaruh terhadap pengambil keputusan pembelian konsumen J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

- a. Untuk menguji pengaruh kualitas produk dalam pengambil keputusan pembelian konsumen J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta.
- b. Untuk menguji pengaruh citra merek dalam pengambil keputusan pembelian konsumen J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta.
- c. Untuk menguji pengaruh promosi dalam pengambil keputusan pembelian konsumen J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

- a. Bagi penulis

Menambah pengetahuan, pengalaman dan dapat langsung mempraktekkan ilmu yang telah didapat di lapangan.

b. Bagi Peneliti Berikutnya

Bagi panneliti berikutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam bidang pengaruh kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap pengambil keputusan konsumen.

c. Bagi Akademik

Dapat digunakan sebagai informasi yang berguna terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.

d. Bagi Pemilik J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta

Adanya input informasi bagi perusahaan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambil keputusan. Serta sebagai pedoman untuk mempelajari konsumen J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas maka penulis membatasi ruang lingkup masalahnya sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen J.co Donuts & Coffee di Ambarukmo Plaza Yogyakarta.
- b. Jumlah responden dibatasi 100 orang.
- c. Penelitian ini dilaksanakan selama bulan September 2015 – November 2015.
- d. Karakteristik responden yang diteliti meliputi:

1. Usia
 2. Jenis kelamin
 3. Pekerjaan
 4. Tingkat Pendapatan
 5. Frekuensi kunjungan responden ke J.co Donuts & Coffee di Ambarukmo Plaza Yogyakarta selama 3 bulan Terakhir
- e. Variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen J.co Donuts & Coffee di Ambarukmo Plaza Yogyakarta adalah: kualitas produk, citra merek dan promosi.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dengan variabel independen (kualitas produk, citra merek, promosi) terhadap keputusan pembelian, maka dapat disimpulkan yaitu:

5.1.1 Kesimpulan Berdasarkan Prosentase Profil Responden

Hasil pengolahan data profil responden yang disebarkan sebanyak 100 dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu dengan persentase 55%.
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah usia 20-23 tahun yaitu dengan persentase 52%.
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000 yaitu dengan persentase 30%.
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah dominan berkunjung 2 kali dalam 3 bulan terakhir yaitu dengan persentase 41%

5.1.2 Kesimpulan berdasarkan Analisis Data

Hasil pengolahan dari analisis data yang disebarkan sebanyak 100 dapat ditarik kesimpulan yaitu dari variabel kualitas produk, citra merek dan promosi dapat dilihat dari:

a. Secara parsial (uji t) variable

1) Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima.

2) Variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima.

3) Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima.

b. Secara simultan (uji F) variabel kualitas produk, citra merek, promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta (Y).

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan penelitian agar bermanfaat pada penelitian mendatang. Keterbatasan dapat dijelaskan berikut ini:

- a. Jumlah responden dalam penelitian ini hanya terbatas pada 100 orang responden dikarenakan keterbatasan waktu untuk melakukan penelitian, karena jumlah yang terbatas sehingga membuat kemungkinan hasil akhir yang kurang tepat.
- b. Pertanyaan dalam penelitian responden hanya memberikan jawaban yang tertutup untuk mengisi jawaban sesuai dengan pilihan jawaban yang diberikan.
- c. Variable independen yang diteliti hanya kualitas produk, citra merek dan promosi..

5.3. Saran

5.3.1. Saran Untuk Perusahaan

Dari hasil analisis dan penelitian yang telah dilakukan kuesioner dan diuji menggunakan aplikasi SPSS membuktikan bahwa produk, citra merek dan promosi yang dilakukan oleh J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta sudah sangat baik. Hasil tersebut bisa dilihat dari analisis uji regresi linear berganda (uji t, uji F, uji R^2) yang berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Saran untuk kedepannya bagi perusahaan adalah perlu diadakan peningkatan

terhadap variabel-variabel yang diteliti tersebut agar perusahaan bisa tetap mempertahankan konsumen dan tidak ada keraguan untuk membeli produk yang dimiliki. Dari hasil uji koefisien determinasi mendapatkan hasil 75,6 %, artinya ada 24,4 % variable lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain variable independen yang diteliti penulis sehingga diharapkan perusahaan perlu meningkatkan dan meninjau faktor-faktor lain (variable independen lain) agar hasil yang didapatkan dalam keputusan pembelian produk J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta dapat meningkat menjadi 100%.

5.3.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

- a. Pada peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel yang berhubungan atau berkaitan dengan keputusan pembelian J.co Donuts & Coffee Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Karena dalam penelitian ini semua variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian sebanyak 75,6%. Dengan adanya penambahan variabel diharapkan penelitian selanjutnya akan lebih berkembang. Dan juga, karna ini penelitian sosial, hasil determinasi terlalu besar dikarenakan faktor penyebaran kuesioner yang kurang merata. Diharapkan kedepannya penyebaran kuesioner diharapkan merata kesegala aspek baik umur, pekerjaan, penghasilan dan jenis kelamin.

b. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup, tetapi juga dengan pertanyaan terbuka yang bisa diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban yang diberikan oleh responden lebih sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Undip.
- Hartono. 2010. *SPSS 16.00 Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Kotler & Amstrong, 2008, *Principles of Marketing*, Penerjemah Bob Sabran, Edisi Ke-13, Erlangga, Jakarta.
- Kotler & Keller, 2009, *Marketing Management*, Penerjemah Bob Sabran, Edisi Ketiga Belas, Erlangga, Jakarta.
- Peter, J Paul dan Jerry Colson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi kedua. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta,
- Sugiyono. 2012. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna dan Pawitra. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : PT. Remaja Rosdakarya.
- Pratama, Andry Rais. 2013. Jurnal Manajemen Pemasaran. *Analisis Pengaruh pengaruh kualitas produk, citra merk dan promosi terhadap keputusan pembelian the botol sosro (studi kasus di kawasan semarang timur)* (<http://www.jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1193>, Diakses pada 19 September 2015)
- Akbar, Adam, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba”, Jurnal, Universitas Gunadarma, Jakarta, 2012.