

**PENGARUH HARGA PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN COFFEE GOOD DAY**

MASYARAKAT

KOTA YOGYAKARTA

SKRIPSI



Disusun Oleh:

DEBY BRATARI BR SEMBIRING

11110071

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

**PENGARUH HARGA PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN COFFEE GOOD DAY
MASYARAKAT KOTA 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:

DEBY BRATARI BR.SEMBIRING

NIM : 11110071

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH HARGA PRODUK, KUALITAS PRODUK, IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN COFFEE GOOD DAY MASYARAKAT**

KOTA YOGYAKARTA

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

DEBY BRATARI BR SEMBIRING

11110071

Dalam ujian skripsi program studi S1 manajemen

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Pada Tanggal 6 Juni 2018

Nama Dosen:

Tanda Tangan

1. Lucia Nurbani Kartika, S.pd., MM

(Ketua Tim)

2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM

(Dosen Penguji)

3. Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, **25 JUN 2018**

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



(Dr. Singgih Santoso, M.M.)

Ketua Program Studi Manajemen

(Drs. Sisnunuhadi, MBA, Ph.D.)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH HARGA PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN COFFEE GOOD DAY MASYARAKAT KOTA
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, 25 juni 2018

DEBY BRATARI BR SEMBIRING

11110071

HALAMAN MOTTO

- Sesuatu akan menjadi kebanggaan, jika sesuatu itu dikerjakan, dan bukan hanya dipikirkan. Sebuah cita-cita akan menjadi kesuksesan, jika diawali dengan bekerja untuk mencapainya bukan hanya menjadi impian (Debby)
- Ingatlah bahwa kesuksesan selalu disertai dengan kegagalan (Debby)
- Janganlah takut melangkah karena jarak 1000 mil dimulai dari langkah pertamamu.
- Hidup awalnya hanya mempunyai dua warna, yaitu HITAM dan PUTIH, dari dua warna itulah bila dipadukan dengan kebijaksanaan akan menghasilkan berbagai warna dalam kehidupan, tergantung bagaimana setiap individu menyikapinya, seperti halnya pelangi datang setelah mendung dan hujan pergi
- *“do not put off doing a job because nobody knows whether we can meet tomorrow or not”*

HALAMAN PERSEMBAHAN

- ✚ Saya mengucapkan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas kuasanya saya mampu untuk menyelesaikan tugas akhir saya demi mendapatkan gelar sarjana strata satu (s1).
- ✚ Kedua Orang tua saya yang saya kasihi, yang selalu mendukung dan mendoakan saya dan membimbing saya serta mengasahi saya dalam keadaan apapun, terimakasih mamak dan bapak, gelar yang aku dapatkan semoga dapat membanggakan kalian orang tua ku yang sangat aku kasihi.
- ✚ Adik Saya, Dessy brahmana, Diska brahmana, JJ brahmana, Kenia brahmana, Keyla brahmana yang telah memberi saya semangat, dukungan dalam bentuk candaan, terimakasih telah menjadi penyemangat saya.
- ✚ Orang yang saya sayangi, One Simus Karo Sekali, yang selalu setia mendengarkan berbagai kesulitan saya saat pengerjaan tugas akhir, terimakasih atas dukungan, selalu pengertian ketika emosi naik turun, pokoknya super best, bujur kekelengen.
- ✚ Dosen pembimbing saya, Bapak Drs. Purnawan Hardiyanto. MEcDev, terimakasih telah membimbing saya selama pengerjaan skripsi saya sampai dengan selesai
- ✚ Untuk Ika Binawati, berasa teman, adik bahkan keluarga, bujur ya tet, amin ndauh pe sempat denga nge kam ngajari, nampati, ras mbereken saran guna ndungi skripsiku enda.
- ✚ Gita Marisa Br Sinambela, adek ku yang paling setia menemani selama pengerjaan skripsi, bujur melala ya bi, enggo kuakap tambah agi ku bas Jogja enda sada nari, mbera aku pei anggap ndu bagi kaka si lit bas kam sangana meriah ukur tah pe lang

- ✚ Teman teman ku semasa menempuh study di kota istimewa ini,Dessy Franssiska ginting,Jesika Elva Siagian,Elis Julita Karo sekali,Stefi Tandoapu,Rendi,Ayomi,Mbak eko,terimakasih sudah menjadi keluarga saya di kota ini
- ✚ Semua dosen fakultas bisnis UKDW yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu,saya mengucapkan banyak terimakasih atas bimbingan,pengetahuan serta ilmu yang sudah bapak ibu berikan selama saya menempuh pendidikan saya
- ✚ Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW)
- ✚ Merga Selima UKDW,terimakasih telah menerima saya dengan sangat baik,menjadi keluarga saya selama ini dan memberikan saya pelajaran dalam bagaimana berorganisasi.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih, perlindungan dan bimbinganNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN COFFEE GOOD DAY MASYARAKAT DI KOTA YOGYAKARTA”** dengan baik.

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

Pada kesempatan ini saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah 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 yang telah memberikan motivasi doa dan semangat yang begitu luar biasa, demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Drs Purnawan Hardiyanto MEcDev selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu 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.

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, 25 juni 2018

Penulis,



Deby Bratari Br. Sembiring

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAKSI	xvii
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. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Produk	6
2.1.1 Definisi Kualitas Produk	8
2.1.2 Dimensi Kualitas Produk	9
2.2. Iklan Produk	11
2.2.1 Pengertian Iklan	11
2.2.2 Tujuan Iklan	12
2.2.3 Jenis Jenis Iklan Beserta Contoh Aplikasinya.....	13
2.3. Harga Produk.....	17
2.4.Keputusan Pembelian.....	17
2.4.1.Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.4.2.Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	18
2.4.3 Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	21
2.5. Penelitian Terdahulu	25
2.6.Kerangka Pemikiran	26
2.7.Hipotesis Penelitian.....	27

BAB III. METODE PENELITIAN	28
3.1. Data	28
3.1.1 Pengumpulan Data.....	29
3.2. Defenisi Operasional Variabel dan Pengukuran	30
3.3. Metode Analisis Data	32
3.3.1. Uji Validitas.....	32
3.3.2. Uji Reliabilitas	33
3.3.3. Analisis Deskriptif	35
3.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.3.5. Koefisien Determinasi (r^2)	38
BAB IV. HASIL PENELITIAN	39
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	39
4.1.1.. Objek Penelitian	39
4.2. Hasil Pengujian Instrumen	39
4.2.1. Analisis Validitas	39
4.2.2. Uji Reliabilitas	40
4.2.3. Analisis Deskriptif	41
4.3. Pembahasan Hasil	51

BAB V. PENUTUP	53
5.1. Kesimpulan.....	53
5.1.1.Kesimpulan Berdasarkan Presentase Profil Responden ...	53
5.1.2.Kesimpulan Berdasarkan Analisis Data	53
5.2. Saran.....	54
5.2.1.Saran Untuk Perusahaan.....	54
5.2.2.Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	
KUESIONER DAN HASIL VALIDASI	
SURAT IJIN PENELITIAN PEMERINTAHAN DIY	
FORMULIR REVISI	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran	43
Tabel 4.6. Jumlah Responden berdasarkan pembeli	44
Tabel 4.7. Hasil Regresi Linier Berganda.....	45
Tabel 4.8. Hasil Uji Koefisien Determinasi	47
Tabel 4.9. Hasil Uji F	48
Tabel 4.10. Hasil Uji t.....	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Lima Tahap Proses Penelitian	24
Gambar 2.6. Kerangka Pemikiran	26

©UKDWN

DAFTAR LAMPIRAN

- A. KUESIONER
- B. HASIL VALIDASI DAN HASIL REGRESI
- C. SURAT IJIN PENELITIAN
- D. FORMULIR REVISI

©UKDW

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia bisnis produk semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya bisnis yang bergerak dalam menciptakan produk-produk yang berkualitas. Dengan semakin meningkatnya laju perekonomian saat ini, disertai dengan pesatnya tingkat kemajuan gaya hidup dan teknologi. Hal ini akan terjadi seiring dengan semakin cepatnya perkembangan zaman. Sehingga, secara tidak langsung akan mempengaruhi selera konsumen dalam memilih suatu produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan *purposive sampling* dengan kriteria melakukan pembelian Coffee Good Day Di Daerah Istimewa Yogyakarta minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Dari hasil penelitian Analisis linear berganda dengan hasil $Y = -988 + 0.056(X_1) + 0.325(X_2) + 0.124(X_3)$. Semua variable yang meliputi harga produk, kualitas produk dan iklan, positif artinya berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa ketiga variable (harga produk, kualitas produk dan iklan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Coffee Good Day Di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci : harga produk, kualitas produk dan iklan

ABSTRACT

Business competition in the world increasingly stringent product. This can be seen by the large number of businesses engaged in creating quality products. With the ever increasing pace of today's economy, accompanied by a rapid rate of progress and lifestyle technology. This will occur along with the fast development of the times. So, indirectly will influence consumer selara in choosing a product that suits their needs. Data collection method used is the dissemination of the questionnaire. The sample used was chosen by purposive sampling criteria do Good Day Coffee in Yogyakarta at least 2 times in the last 3 months. The number of samples taken as respondents as many as 100 people.

Hypothesis testing in this study using multiple linear regression statistics tool. From the results of research of linear Analysis with multiple result $Y = -988 + 0.056 (X_1) + 0.325 (X_2) + 0.124 (X_3)$. All variables, price product product quality and advertising, positive ads means influence on purchasing decisions (Y).

Statistical analysis results showed that three variables (price product, quality of the products and advertising) influential purchasing decision significantly to Good Day Coffee in Yogyakarta..

Keyword: product price, product quality and advertising

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia bisnis produk semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya bisnis yang bergerak dalam menciptakan produk-produk yang berkualitas. Dengan semakin meningkatnya laju perekonomian saat ini, disertai dengan pesatnya tingkat kemajuan gaya hidup dan teknologi. Hal ini akan terjadi seiring dengan semakin cepatnya perkembangan zaman. Sehingga, secara tidak langsung akan mempengaruhi selera konsumen dalam memilih suatu produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan *purposive sampling* dengan kriteria melakukan pembelian Coffee Good Day Di Daerah Istimewa Yogyakarta minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Dari hasil penelitian Analisis linear berganda dengan hasil $Y = -988 + 0.056(X_1) + 0.325(X_2) + 0.124(X_3)$. Semua variable yang meliputi harga produk, kualitas produk dan iklan, positif artinya berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa ketiga variable (harga produk, kualitas produk dan iklan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Coffee Good Day Di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci : harga produk, kualitas produk dan iklan

ABSTRACT

Business competition in the world increasingly stringent product. This can be seen by the large number of businesses engaged in creating quality products. With the ever increasing pace of today's economy, accompanied by a rapid rate of progress and lifestyle technology. This will occur along with the fast development of the times. So, indirectly will influence consumer selara in choosing a product that suits their needs. Data collection method used is the dissemination of the questionnaire. The sample used was chosen by purposive sampling criteria do Good Day Coffee in Yogyakarta at least 2 times in the last 3 months. The number of samples taken as respondents as many as 100 people.

Hypothesis testing in this study using multiple linear regression statistics tool. From the results of research of linear Analysis with multiple result $Y = -988 + 0.056 (X_1) + 0.325 (X_2) + 0.124 (X_3)$. All variables, price product product quality and advertising, positive ads means influence on purchasing decisions (Y).

Statistical analysis results showed that three variables (price product, quality of the products and advertising) influential purchasing decision significantly to Good Day Coffee in Yogyakarta..

Keyword: product price, product quality and advertising

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis produk semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya bisnis yang bergerak dalam menciptakan produk-produk yang berkualitas. Dengan semakin meningkatnya laju perekonomian saat ini, disertai dengan pesatnya tingkat kemajuan gaya hidup dan teknologi. Maka hal ini akan berpengaruh terhadap peningkatan ekonomi masyarakat. Hal ini akan terjadi seiring dengan semakin cepatnya perkembangan zaman. Sehingga, secara tidak langsung akan mempengaruhi selera konsumen dalam memilih suatu produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

Produk yang berada dipasaran saat ini telah mengalami banyak sekali perkembangan. Sehingga, menimbulkan jumlah produk menjadi semakin bertambah dan bermunculan produsen baru di pasar membawa dampak berbagai aspek. Persaingan merupakan salah satu faktor yang sangat konvensional saat ini, yang mengakibatkan produsen haruslah lebih selektif dalam menentukan produk yang akan dihasilkan. Dalam hal ini konsumen akan memilih merek yang dirasa cocok dan tentunya konsumen cocok bisa mendapat kebutuhan dari merek tersebut. Sehingga, perusahaan harus selalu mengembangkan dan terus berusaha memberikan pelayanan serta kualitas yang dapat dirasakan pada produk-produknya. Minat adalah suatu rasa ketertarikan dan rasa lebih suka pada suatu hal produk atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh (Slameeto, 2010). Minat beli konsumen adalah suatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari

produk yang dilihatnya. Kemudian, timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan sampai akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya. (Kotler 2005). Menurut Ferdinand (2002), minat beli dapat didefinisikan melalui indikator-indikator berikut ini

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefensinya.
4. Minat eksploratif, minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang akan diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Pengambilan keputusan adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan . (Machfoedz ,2005:44). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terkait dalam mendapatkan dan menggunakan produk yang ditawarkan Coffee Good Day

Coffee Good Day adalah salah satu merek kopi instan yang terkenal,yang dimiliki oleh PT SANTOS,yang berdiri sejak tahun 2000. Coffee Good Day

menawarkan berbagai pilihan rasa,dari Mocacinho,Original, Vanilla Latte,Chococinho dan Coolin' Coffee.

Jenis jenis Coffee Good Day pun semakin bervariasi pula,seturut dengan perkembangan jaman.Selain itu teknologi informasi yang semakin berkembang dan disertai dengan meluncurnya banyak merek membuat perusahaan tidak boleh sembarang dalam menjual produknya.Perusahaan harus selalu tanggap terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen,salah satu cara yang dapat ditempuh untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan menjaga kualitas produk agar perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan unggul dari pesaingnya.

1.2.Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Apakah harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen masyarakat di kota Yogyakarta?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian masyarakat di kota Yogyakarta?
- c. Apakah iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian masyarakat di kota Yogyakarta?
- d. Apakah harga,kualitas dan iklan produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di kota Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

- a. Untuk menguji pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian masyarakat kota Yogyakarta.
- b. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian masyarakat kota Yogyakarta
- c. Untuk menguji pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian masyarakat kota Yogyakarta
- d. Untuk menguji pengaruh harga,kualitas dan iklan produk terhadap keputusan pembelian masyarakat di kota Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

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

- a. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan baik secara umum maupun pribadi,serta menambah pengalaman dalam mempraktekkan ilmu yang didapat di lapangan

- b. Bagi peneliti berikutnya

Sebagai bahan informasi atau sarana refrensi bagi peneliti lain apabila akan melakukan penelitian dengan variabel atau faktor - faktor yang terkait.

- c. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya agar mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

- d. Bagi perusahaan

Dengan adanya penelitian ini maka perusahaan dapat menjadikan sebagai bahan acuan dalam mempelajari bagaimana minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan

1.5. Batasan Penelitian

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

- a. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang berada di kota Yogyakarta.
- b. Jumlah responden dibatasi 100 orang.
- c. Penelitian ini dari bulan akhir Februari 2016 – mei 2016
- d. Karakteristik responden yang diteliti meliputi:
 1. Usia
 2. Jenis kelamin
 3. Tingkat Pendapatan
 4. Frekuensi pembelian responden terhadap pembelian selama 3 bulan terakhir.
- e. Variable yang diteliti adalah:
 1. harga Produk (X1)
 2. kualitas produk (X2)
 3. Iklan (X3)
 4. Keputusan pembelian (y)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dengan variabel independen (harga produk,,kualitas produk dan iklan) terhadap keputusan pembelian, maka dapat disimpulkan yaitu:

5.1.1. Kesimpulan berdasarkan presentase profil responden

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

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu dengan persentase 60%
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah usia 20-23 tahun yaitu dengan persentase 53%.
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 yaitu dengan persentase 38%.
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah dominan pembeli 2 kali dalam 3 bulan terakhir yaitu dengan persentase 42%

5.1.2. Kesimpulan berdasarkan analisis data

Hasil pengolahan dari analisis data yang disebarakan sebanyak 100 dapat ditarik kesimpulan yaitu dari variabel harga produk, kualitas produk, dan iklan dapat dilihat dari:

a. Secara parsial (uji t) variable

1. Variabel harga produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Coffee Good Day Masyarakat Kota Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Coffee Good Day Masyarakat Kota Yogyakarta secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima.
3. Variabel iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Coffee Good Day Masyarakat Kota Yogyakarta secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diteliti diterima.

5.2. Saran

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan serta masukan ataupun referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun beberapa saran-saran yang diajukan penulis antara lain :

5.2.1. Saran untuk perusahaan

Dari hasil analisis dan penelitian yang telah dilakukan dengan cara menyebarkan 100 kuesioner dan diuji menggunakan aplikasi SPSS membuktikan bahwa harga produk, kualitas produk dan iklan sudah mempunyai hasil yang sangat baik . Saran untuk kedepannya bagi perusahaan adalah perlu diadakan penambahan terhadap variabel-variabel seperti misalnya citra produk, promosi

produk agar yang diteliti perusahaan bisa tetap mempertahankan konsumen dan tidak ada keraguan untuk membeli produk yang ditawarkan. Sehingga kedepanya bisa lebih meningkat dan dapat menguasai pasar di indonesia.

5.2.2. Saran untuk peneliti selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah variable lain seperti : *Brand Image*, Pelayanan, Distribusi dll, yang memiliki hubungan dan pengaruh terhadap keputusan pembelian agar hasil penelitian dapat lebih berkembang lagi serta dapat memberikan informasi lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Ardi Ari, Komang dan I Ketut Kirya, I Wayan Suhendra. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor*. Vol.4
- Agusty, Ferdinand. 2002. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Agusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Azwar, S. 2003. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukuran*. Edisi 1. Yogyakarta: Pustaka Medika
- Bangun, Febry. 2006. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di J.CO Donuts & Coffee Plaza Ambarukmo Yogyakarta*, Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Duta Wacana
- Djaslim, Saladin Yevis Marty Oesman. 2002. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung. Linda Karya.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supraktino. 2003. *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hartono. 2010. *SPSS 16.00 Analisis Data Statistika Dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kasali, Renald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Kasali, Renald. 2000. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: PT. Temprint
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12, Erlangga, Jakarta.

- Kotler,dan Amstrong,Yudhi.2008."Kualitas Produk,Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio".Jurnal EMBA.Vol 1,NO.3
- Kotler & Keller,2009,Marketing Management,Penerjemah Bob Sabran,Edisi Ketiga,Belas,Erlangga,Jakarta.
- Kotler,Philip dan Keller,Kevin Lane Diterjemahkan oleh Bob Sabran,2009.Manajemen Pemasaran.Edisi 13.Jilid 1.Jakarta:Erlangga
- Machfoedz,Mahmud.2005.Pengantar Pemasaran Modern.Yogyakarta:Upp Amp YKPN
- Melati,Dwinda Audia.2010.TeorI Iklan.(online) <http://www.blogtopsites.com.html>
- Noerchoidah,2013.Analisis Pengaruh Harga,Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian Sepeda.Jurnal,Manajemen Pemasaran USU Medan.
- Praktikum SPSS Ver 17.2013.Praktikum Statistik SPSS Ver 17.Yogyakarta.Fakultas Syari'ah Dan Hukum bekerja sama dengan Arti Bumi Intaran.
- Ridwan.2006.Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian untuk Administrasi dan manajemen.Bandung:Dewa Ruci.
- Siagian P,Sondang.Fungsi-Fungsi Manajerial.Jakarta:Bumi Aksara.2000
- Slameto.2010.Belajar dari Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya.Jakarta:PT.Rineka Cipta
- Stanton.Robert.2007.TeorI Fiksi.Yogyakarta:Pustaka Pelajar
- Sugiyono.2004,Metode Penelitian.Bandung:Alfabeta
- Sugiyono.2008,Metodelogi Penelitian Bisnis Bandung:Alfabeta
- Sugiyono.2010,Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D:Penerbit CV Alfabeta,Bandung
- Sugiyono.2012,Metode Penelitian Administrasi,Bandung:Penerbit Alfabeta
- Sumantoro.2010.TeorI Tujuan Kegiatan Periklanan,Jakarta.
- Tjiptono,Fandy,1996,Manajemen Jasa,Penerbit Andi.Yogyakarta.
- Tjiptono,Fandy,1999,Strategi Pemasaran,Cetakan Keenam,Yogyakarta:Andi Offset.
- Triguno,1997.Budaya Kerja,Menciptakan Lingkungan Yang Kondusif Untuk Meningkatkan Produktifitas Kerja.Jakarta:Golden Teravon Press

Yustiawan,Odi.2016.*Pengaruh Kualitas Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario*.Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.Vol.5.No.2

Zulganef.2006.*Pemodelan Persamaan Struktural dan Aplikasinya Menggunakan Amos 5*.Bandung:Pustaka

©UKDW