

**ANALISIS PENGARUH CITA RASA, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MEETSPACE.CO RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI

Untuk memenuhi persyaratan memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH

RAHMAT KURNIAWAN
2201103246

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2025**

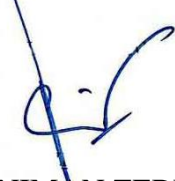
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : RAHMAT KURNIAWAN
NPM : 2201103246
PROGRAM STUDI : S – I MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH CITA RASA, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MEETSPACE.CO RANTAUPRAPAT.

RANTAUPRAPAT, JULI 2025

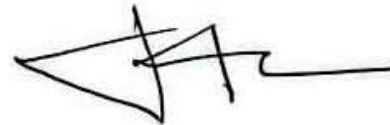
DISETUJUI

PEMBIMBING UTAMA



YUNIMAN ZEBUA, SE.,MM
NIDN. 0117067201

PEMBIMBING PENDAMPING



YANTO ZELIBU, SH.,MH
NIDN. 120109303

MENYETUJUI :

DEKAN



PRISTIYONO, SE.,M.Si
NIDN. 0116118301

KAPRODI MANAJEMEN



YUNIMAN ZEBUA, SE, M.M
NIDN. 0117067201

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : RAHMAT KURNIAWAN
NPM : 2201103246
PROGRAM STUDI : S – I MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH CITA RASA, LOKASI, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
MEETSPACE.CO RANTAUPRAPAT.

Dengan ini penulis Menyatakan bahwa artikel ilmiah ini disusun dengan sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen di Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan artikel ilmiah ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jika dikemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau Sebagian artikel ilmiah ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi Pencabutan Gelar Akademik yang disandang dan sanksi – sanksi lainnya sesuai dengan peraturan dan perundang – undangan yang berlaku.

Rantauprapat, Juli 2025
Yang membuat pernyataan



RAHMAT KURNIAWAN
NPM. 2201103246

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh cita rasa, lokasi, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Meetspace.co Rantauprapat. Latar belakang penelitian ini didasari oleh semakin meningkatnya persaingan usaha kedai kopi, sehingga pelaku usaha dituntut untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Beberapa permasalahan yang ditemukan antara lain ketidakkonsistenan cita rasa, persepsi harga yang relatif tinggi, serta faktor lokasi yang dapat memengaruhi kenyamanan konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Meetspace.co Rantauprapat. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis statistik untuk menguji pengaruh masing-masing variabel, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa, lokasi, dan harga secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Cita rasa yang konsisten dan berkualitas mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, lokasi yang strategis dan nyaman mendukung pengalaman berkunjung, serta harga yang sesuai dengan kualitas produk dapat meningkatkan minat pembelian ulang. Oleh karena itu, ketiga faktor tersebut perlu diperhatikan secara bersama-sama guna meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha.

Kata Kunci: Cita Rasa, Lokasi, Harga, Keputusan Pembelian, Kedai Kopi.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “*Analisis Pengaruh Cita Rasa, Lokasi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Meetspace.co Rantauprapat*” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S-1 Manajemen.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Pristiyono, SE., M.Si selaku Dekan.
2. Bapak Yuniman Zebua, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen sekaligus Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada penulis.
3. Bapak Yanto Zebua, SH., MH selaku Pembimbing Pendamping yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf pengajar Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat kepada penulis.
6. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Rantauprapat, Juli 2025

Penulis

Rahmat Kurniawan

NPM. 2201103246

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan dan Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Uraian Teori.....	8
1.1 Cita Rasa.....	8
2.1 Indikator Pemilihan Lokasi	11
2.2 Tujuan Pemilihan Lokasi	12
2.3 Aspek Pemilihan Lokasi	12
3.2 Metode Penetapan Harga	15
3.3 Indikator Harga.....	19
4.1 Faktor – factor Keputusan Pembelian	21
4.2 Indikator Keputusan Pembelian	23
C. Kerangka berfikir.....	23
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
1. Lokasi Penelitian	25
2. Waktu Penelitian	25
B. Populasi dan Sampel	25
1. Populasi	25
2. Sampel	26
C. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	27
D. Jenis dan Sumber Data Penelitian	28
1. Jenis Data	28
2. Sumber Data	29
E. Teknik Pengumpulan Data	29

F. Teknik Pengumpulan Data	30
G. Uji Instrumen Penelitian	30
1. Uji Validitas	30
2. Uji Reliabilitas	30
H. Metode Analisis Data	31
1. Uji Asumsi Klasik	31
2. Analisis Regresi Linear Berganda	32
3. Uji Hipotesisi	32
a. Uji t	32
b. Uji F.....	33
c. Koefisien Determinasi (R^2)	34
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 36
A. Data Responden	36
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian	37
1. Hasil Uji Validitas	37
2. Hasil Uji Reliabilitas	38
3. Hasil Data Deskriptif	38
4. Hasil Uji Statistik	42
a. Uji Asumsi Klasik	42
1. Uji Normalitas	42
2. Uji Multikolinieritas	43
3. Uji Heteroskedastisitas	43
b. Analisis Regresi Linear Berganda	44
1. Uji persamaan Regresi Berganda	45
2. Uji t.....	46
3. Uji f.....	47
4. Koefisien Determinasi (R^2)	47
C. Pembahasan	48
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 52
A. Kesimpulan	52
B. Saran	52
 DAFTAR PUSTAKA	 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	23
Gambar 4.1 Scatter Plot	44

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan	25
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel	27
Tabel 4.1 Deskripsi Pegawai Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Deskripsi Pegawai Berdasarkan Umur	36
Tabel 4.3 Tabulasi Uji Validitas Instrumen	37
Tabel 4.4 Reliability Statistics.....	38
Tabel 4.5 Jawaban Responden Untuk Variabel Cita Rasa (X1).....	39
Tabel 4.6 Jawaban Responden Untuk Variabel Lokasi (X2)	40
Tabel 4.7 Jawaban Responden Untuk Variabel harga (X3)	41
Tabel 4.8 Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	44
Tabel 4.12 Hasil Uji t (parsial).....	46
Tabel 4.13 Hasil Uji F (simultan).....	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	48