

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA CAFÉ KOBOY MALANG)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA**



Disusun oleh :

**MOCHAMAD ALI SEPTIA ROZIKIN
(21612011097)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG
2025**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA CAFÉ KOBOY MALANG)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA**



Disusun oleh :

MOCHAMAD ALI SEPTIA ROZIKIN

(21612011097)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG

2025



YAYASAN PERGURUAN TINGGI ISLAM RADEN RAHMAT

UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

INSPIRED. EXCELLENT. HUMAN.

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Koboy Malang)
Disusun oleh : Mochamad Ali Septia Rozikin
NIM : 21612011097
Prodi : Manajemen 21B
Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

Didepan tim penguji

Malang, 15 Juli 2025

Mengetahui & menyetujui

Kaprodi,

Erna Resmianti, S.M.B., M.Sc

NIDN. 0715069004

Pembimbing,

Ismi Iftikad, S.Pd., M.M.S.c., M.Ec

NIDN. 0704048907

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

Lantai II, Gedung K.H. Mahmud Zubeidi, Jalan Raya Mojokari 02, Kepanjen – Malang Jawa Timur
Telp: (0341) 399099 – Kode POS: 65163 Email: feb@uniramalang.ac.id Website: <http://www.feb.uniramalang.ac.id>

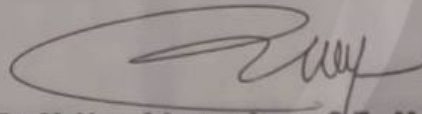
TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI, PROGRAM
STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT MALANG:

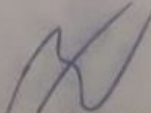
NAMA : Mochamad Ali Septia Rozikin
NIM : 21612011097
HARI : Kamis
TANGGAL : 24 Juli 2025
JUDUL : Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Promosi terhadap
Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Koboy Malang)

DINYATAKAN LULUS

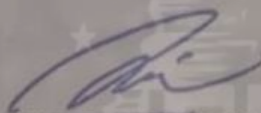
MAJELIS PENGUJI



Dr. M. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M
NIDN. 0713047901



Tanti Widia Nurdiani, M.M
NIDN. 0728058104



Ismi Iftikad, S.Pd., M.M.Sc., M.Ec
NIDN. 0704048907

MENGESAHKAN,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Raden Rahmat Malang
Dekan,



Dr. M. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M
NIDN. 0713047901

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, pada naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah dari orang lain yang digunakan sebagai syarat memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini terbukti ditemukan unsur-unsur menyalin atau meniru, maka saya akan bersedia untuk pembatalan pada skripsi saya, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 yang berbunyi: lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi atau vokasi terbukti merupakan jiplakan, maka akan dicabut gelarnya. Kemudian pada pasal 70 yang berbunyi: lulusan yang karya ilmiahnya digunakan untuk mendapat gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan paling lama dua tahun atau dipidana denda paling banyak Rp200.000.000,- (dua ratus juta rupiah).

Malang, 14 Juli 2025
Yang menyatakan


METERAI TEMPEL
Rp200.000
31A38ANX026851065
Mocharriad Ali Septia Rozikin

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

*Skripsi ini saya persembahkan kepada
Orang tua tercinta Kakak, Adek yang saya sayangi,
Beserta keluarga yang senantiasa mendo'akan dan
Memberikan dukungan untuk kesuksesan putranya
Tidak lupa pula Teman-teman yang senantiasa membantu,
menyemangati dan memberikan motivasi.*

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT. yang senantiasa memberikan limpahan nikmat, rahmat, hidayah, serta Inayah-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. yang telah menunjukkan kepada kita jalan yang lurus berupa ajaran agama yang sempurna dan menjadi rahmat bagi seluruh alam.

Tujuan penulisan skripsi adalah untuk memenuhi syarat kelulusan guna mendapatkan gelar S1. Dalam proses penyelesaian skripsi ini ada beberapa hambatan yang peneliti jumpai namun akhirnya bisa terselesaikan berkat bimbingan, bantuan, dan motivasi dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

Ucapan terimakasih secara khusus peneliti sampaikan kepada kedua Orang tua tercinta yang senantiasa memanjatkan do'a dan memberikan dukungan untuk kesuksesan putranya.

1. Bapak H. Imron Rosyadi Hamid, M.Si, P.hD selaku Rektor Universitas Islam Raden Rahmat Malang.
2. Bapak Dr. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis sekaligus pembimbing dalam penelitian ini.
3. Ibu Erna Resmiatini, SMB., M.Sc selaku Kaprodi Manajemen.
4. Bapak/Ibu Dosen Universitas Islam Raden Rahmat Malang yang telah banyak memberikan bekal ilmu dan pengetahuan..
5. Rekan-rekan peneliti yang telah banyak memberikan bantuan dan ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini

6. Teman-teman yang telah membantu dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, maka kritik dan saran peneliti harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan untuk selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berfungsi bagi semua pihak.

Malang, 14 Juli 2025

Penulis



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR ISI

Cover	i
Halaman Judul	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	iv
Pernyataan Orisinilitas	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar isi	ix
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Empiris	7
2.2 Kajian Teoritis	
2.2.1 Manajemen Pemasaran	10
2.2.2 Marketing Mix	12
2.2.3 Kualitas Pelayanan	15
2.2.4 Harga	21
2.2.5 Promosi	23
2.2.6 Keputusan Pembelian	26
2.2.7 Hubungan Antar Variabel	35
2.2.8 Kerangka konseptual	39
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	41
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.3 Variabel dan Pengukurannya	42
3.4 populasi dan Sampel	47
3.5 Sumber Data	49
3.6 Metode Pengumpulan Data	49
3.7 Teknik Analisis Data	50
3.8 Uji Asumsi Klasik	53
3.9 Pengujian Hipotesis	54

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Profil Café Koboy	57
4.2 Responden	57
4.3 Deskripsi Data Penelitian	60
4.4 Analisis Data	64
4.5 Pemabahasan	75

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kajian Empiris	8
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 3 Skala Lingkert	48
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir	60
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	60
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan	61
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Variabel Harga	63
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Variabel Promosi	64
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	66
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.15 Hasil Uji t	74
Tabel 4.16 Hasil Uji f ANOVA	75
Tabel 4.17 Hasil Uji R ²	76



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

ABSTRAK

Mochamad Ali Septia Rozikin. 2025. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Café Koboy Malang) (Pembimbing: Ismi Iftikad, S.Pd., M.M.Sc., M.Ec).

Penelitian ini menginvestigasi pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada café koboy malang). Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden aktif pengunjung café cowboy. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian, dengan harga sebagai faktor paling dominan. Temuan ini menegaskan bahwasanya peranan harga sangat mendorong terjadinya proses keputusan pembelian. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku bisnis dalam memaksimalkan strategi dalam pemberian pelayanan yang baik, harga yang kompetitif, serta promosi yang intens terhadap masyarakat luas.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, harga, promosi, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Mochamad Ali Septia Rozikin. 2025. The Influence of Service Quality, Price, and Promotion on Purchasing Decisions (A Case Study at the Cowboy Cafe in Malang) (Supervisor: Ismi Iftikad, S.Pd, M.M.Sc., M.Ec).

This study investigates the influence of service quality, price, and promotion on purchasing decisions (a case study at the Cowboy Cafe in Malang). The method used was quantitative, with data collected through questionnaires distributed to 100 respondents who actively visited the Cowboy Cafe. Data analysis was conducted using multiple linear regression to test the significance of the independent variables on purchasing decisions. The results revealed that all three variables simultaneously had a positive and significant influence on purchasing decisions, with price being the most dominant factor. This finding confirms the role of price in driving the purchasing decision process. This research provides practical implications for businesses in maximizing strategies in providing good service, competitive pricing, and intensive promotions to the wider community.

Keywords: Service quality, price, promotion, and purchasing decisions

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis café saat ini sudah sangat menjamur di berbagai daerah baik perkotaan maupun yang sudah masuk daerah pedalaman, dikutip dari Bee.id (2025) menjelaskan bahwasannya bisnis café merupakan bisnis yang mudah dilakukan meskipun memiliki resiko yang besar, dijelaskan bahwasannya ada beberapa kelebihan yang dimiliki oleh bisnis café seperti: memiliki target pasar yang luas dimana café menyasar pangsa pasar yang luas tidak terpaku pada kawula muda saja namun lebih daripada itu café menjelma menjadi tempat yang *friendly* bagi muda-mudi yang berkeluarga dengan membawa anaknya juga untuk *nongkrong* di café.

kelebihan kedua adalah tradisi masyarakat yang menggemari minum kopi dalam berbagai acara seperti hanya sekedar *nongkrong*, diskusi, bertemu teman dan lain sebagainya kegiatan minum kopi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara turun temurun antar generasi dimana dapat dijelaskan bahwasannya kegiatan ngopi itu tiada mati nya kecuali ada yang salah terkait manajemen café tersebut.

Disamping itu bisnis café juga memiliki cakupan yang luas, café tidak hanya dihampiri oleh orang terdekat dengan lokasi usaha namun café yang memiliki karakteristik sendiri mampu menarik animo konsumen untuk datang meski jarak café dengan rumah mereka cenderung jauh sebagai contoh seorang pemuda yang tinggal di daerah Pagak tidak akan malas untuk ngafe di Kepanjen jika tempat itu benar berkesan dan nyaman bagi mereka. Bisnis ini juga bisa dimulai dengan modal yang minim karena saat ini café tidak hanya menawarkan pengalaman ngopi di tempat lebih daripada itu dengan adanya aplikasi ojek online

mempermudah untuk membeli produk pada suatu café dengan cara *take away* dimana para pelanggan dapat membawa pulang produk yang mereka beli untuk dinikmati di rumah, dewasa ini banyak juga café yang berbasis rombongan container dimana mereka hanya menyediakan beberapa kursi saja dan biasa berada di pinggir jalan langsung, tentu dengan konsep ini bisnis café dapat dimulai dengan modal yang minim.

Lebih lanjut bisnis perkopian adalah bisnis yang tidak mengenal musim dengan berbagai varian produk yang ditawarkan café menjelma menjadi tempat yang cocok untuk berbagai kondisi seperti disaat musim hujan banyak orang yang membutuhkan minuman hangat baik kopi atau pun lainnya bisa dengan mudah didapatkan, sebaliknya pada musim panas café juga menawarkan berbagai minuman yang cocok untuk diminum seperti red velvet, cappuccino ice, berbagai jus dan kudapan lain seperti kentang goreng, pisang coklat, cake dan lain sebagainya.

Banyak hal yang harus diperhatikan dalam berbisnis café agar keberlanjutan usaha bisa terjaga salah satu faktor yang mampu mendorong eksisnya sebuah café adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai café tersebut, Kualitas pelayanan sendiri memiliki definisi suatu kelengkapan daripada suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan pengalaman terbaik bagi para konsumennya, faktor pelayanan yang baik itu sendiri dipengaruhi oleh sumber daya manusianya sendiri, keterampilan, aturan yang berlaku, serta sarana pelayanan. Pemberian pengalaman ngopi yang ringan dan berkesan serta nyaman akan menimbulkan kualitas pelayanan yang baik pula yang akhirnya akan dirasa nyaman oleh para konsumen, pelayanan yang tepat juga membantu konsumen mendapatkan barang atau jasa yang mereka butuhkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Kualitas pelayanan yang diberikan akan mampu memberikan dorongan terhadap penjualan yang cenderung stabil dan akan

mampu meningkatkan daya tariknya sendiri sehingga dapat mendorong keputusan pembelian di tempat tersebut.

Disamping pelayanan yang baik yang dirasakan oleh para konsumen faktor yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian menurut Nisa (2024) adalah harga, harga sendiri menurut Kotler (2000) memiliki definisi sebagai sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa. Dalam konteks ini berkaitan dengan harga makanan dan minuman yang ditawarkan dalam sebuah café. Hasil observasi di café Koboy dirasa cukup *worth it* bagi kebanyakan pelanggannya seperti harga kopi biasa diangka 5-10 ribu rupiah, , untuk minuman jenis es mulai dari harga 15 ribuan saja, sedangkan untuk kondimen lain bisa didapatkan dengan harga mulai 10 ribuan, tentu harga yang terjangkau akan menarik minat para konsumen untuk melakukan pembelian kopi dan minuman di café tersebut. Lebih lanjut café Koboy terkadang juga melakukan berbagai promosi, dimana promosi sendiri memiliki definisi sebagai suatu kegiatan untuk menyampaikan terkait produk atau jasa yang berguna untuk membujuk konsumen untuk melakukan pembelian, adanya potongan harga untuk menu bayar yang ditawarkan dan lain sebagainya, kondisi ini tentu mampu untuk menarik para konsumen untuk melakukan pembelian.

Hasil observasi di café Koboy menunjukkan bahwasannya banyak sekali pemuda-pemudi yang melakukan kegiatan nongkrong dan ngopi di tempat tersebut, banyak mereka yang mengajak teman mereka untuk nongkrong bersama baik siang, sore, maupun malam hari. Hasil observasi peneliti di lapangan menjelaskan bahwasannya dalam 1 jam setidaknya ada sekitar 10-15 yang datang dan pergi dari café Koboy dan ini berlanjut hingga beberapa jam, dijam tertentu seperti sore hari dan malam hari jumlah kosnumen yang datang bahkan mencapai 30 lebih. Keesokan harinya mereka juga datang kembali untuk ngafe ditempat yang sama, tentu ini menarik karena pada dasarnya café tersebut hanya

menawarkan minuman biasa seperti kopi, kopi susu, es, dan lainnya namun ada magnet tersendiri yang menarik para konsumen untuk datang kembali. Salah satu faktor yang menurut peneliti sangat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian di café Koboy adalah pelayanan serta harga yang diberikan. Observasi awal dapat dijelaskan bahwasannya pelayanan yang diberikan cenderung cepat sehingga para pelanggan tidak perlu menunggu lama-lama, disamping itu pelayanan yang ramah dan mudah membaur selalu ditunjukkan oleh pegawai sehingga membuat para konsumen merasa nyaman melakukan kegiatan ngopinya disana.

Tentu tingkat kepercayaan yang ada saat ini merupakan jerih payah panjang dari seluruh elemen yang melaksanakan bisnis café ini secara terus menerus, ketika kepercayaan konsumen didapatkan tentu ini akan berimbas terhadap keputusan pembelian. Beberapa manfaat bisa didapatkan ketika suatu bisnis sudah mendapatkan. Menarik melihat café Koboy yang cenderung sudah berumur namun masih eksis hingga hari ini dengan berbagai pelanggan yang menghampiri setiap harinya baik pagi, siang, sore, malam dimana era gempuran café berkonsep modern menggempur namun café Koboy menjadi salah satu café yang masih tetap eksis bahkan mereka memiliki pangsa pasarnya sendiri, kesetiaan serta loyalitas para pelanggannya dapat membantu café tersebut untuk tetap ada sampai hari ini. Berdasarkan beberapa keterangan dan penjelasan diatas penulis merasa tertarik untuk melakukan suatu penelitian pada café tersebut dengan judul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Café Koboy Malang)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagaimana berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di café Koboy secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di café Koboy konsumen secara parsial?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di café Koboy secara parsial?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian di café Koboy secara simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagaimana berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di café Koboy secara parsial.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di café Koboy konsumen secara parsial.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di café Koboy secara parsial.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian di café Koboy secara simultan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

secara teoritis diharapkan penelitian ini mampu memberikan sumbangsih khasanah keilmuan tentang pengaruh kualitas

pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian di café Koboy.

2. Manfaat praktis

Adapun manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagaimana berikut:

- a. Bagi café Koboy: sebagai tambahan informasi terkait hubungan pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian yang diharapkan mampu memberikan referensi untuk pengembangan café kearah yang lebih baik dan sesuai dengan keinginan dan harapan para *customer*-nya.
- b. Bagi peneliti: diharapkan penelitian ini memberikan tambahan terkait ilmu pengetahuan yang nantinya akan memberikan manfaat tersendiri di masa depan.
- c. Bagi pembaca: diharapkan penelitian ini mampu untuk memberikan informasi terkait hubungan variabel kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian di café Koboy secara simultan.