

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI KEDAI KOPI NIPAH PADANG**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Sains Terapan (D4) Universitas Negeri Padang*

SKRIPSI



Oleh:

**STEFANO AZIZI
NIM: 18135337/2018**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

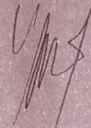
PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI KEDAI KOPI NIPAH PADANG

Stefano Azizi

Artikel ini disusun berdasarkan hasil skripsi Anita Rachmawati untuk persyaratan
mendapatkan ijazah dan telah diperiksa & disetujui oleh
Dosen pembimbing

Padang, November 2022

Pembimbing



Youmil Abrian, SE., M.M
NIP. 198210022008121002

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

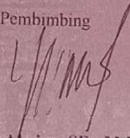
PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI KEDAI KOPI NIPAH PADANG

Nama : Stefano Azizi
NIM/BP : 18135337/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2022

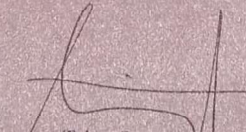
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Youmil Abrian, SE., M.M
NIP. 198210022008121002

Ketua Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199805 1001

HALAMAN PENGESAHANSKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kedai Kopi Nipah Padang
Nama : Stefano Azizi
NIM/BP : 181353372018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2022

Tim Penguji


Nama

Tanda Tangan


1. Ketua : Youmil Abrian, SE., M/M

1. 

2. Anggota : Lise Asnur, S.Pd., M.Pd

2. 

3. Anggota : Nidia Wulansari, SE., M.M

3. 

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “**Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kedai Kopi Nipah Padang**”. Proposal Penelitian ini dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (SST) pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Proses penyusunan proposal penelitian ini, penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra.Ernawati, Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, S.S, M.Sc selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Pasaribu, SST. Par, M.Si. Par Selaku Penasehat Akademik (PA)
4. Bapak Youmil Abrian, S.E, M.M Selaku Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran, dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan ini.
5. IbuLise Asnur, S. Pd., M.Pd dan IbuNidiaWulansari SE., M.M selaku tim penguji yang telah memberikan saran dan masukan

6. Seluruh staf pengajar, teknisi dan administrasi pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
7. Owner dan Manajemen Kedai Kopi Nipah Padang yang telah memberikan dukungan dan kesempatan bagi penulis melaksanakan penelitian untuk menyelesaikan proposal penelitian ini.
8. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
9. Rekan-rekan mahasiswa Manajemen Perhotelan angkatan 2018 yang telah memberikan motivasi serta semangatnya.
10. Ayahanda Yanuardi, SH, dan Ibunda Oksida, S,Pd serta saudara-saudara peneliti abang (M. Oktafiyani Doni) dan adik (Febriyan Dozi), yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi dan selalu mendoakan peneliti sampai akhirnya peneliti dapat menyelesaikan studi.

Semoga segala bantuan dan bimbingan yang telah bapak/ibu dan rekan-rekan berikan mendapat imbalan dan berkah dari Allah SWT. Penulis berharap agar proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih atas perhatian yang telah diberikan.

Padang, 15 November 2022
Penulis

Sefano Azizi
Nim. 18135337

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Kajian Teori	12
B. Kerangka Konseptual.....	19
C. Hipotesis.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Tempat dan Waktu Penelitian	21
C. Variabel Penelitian	21
D. Defenisi Operasional Variabel	22
E. Populasi dan Sampel Penelitian	24
F. Jenis Data dan Pengumpulan Data.....	26
G. Instrument Penelitian	28
H. Uji Coba Instrumen	31
I. Teknik Analisis Data.....	34
J. Uji Persyaratan Analisis.....	36
K. Pengujian Hipotesis.....	38
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41

A Hasil Penelitian.....	41
B Deskripsi Data Variabel Penelitian	44
C. Pembahasan	81
BAB VPENUTUP.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Data Kunjungan/Pax di Kedai Kopi Nipah.....	3
2. Daftar Harga Di Kedai Kopi Nipah Padang Dengan Beberapa Restoran Sekitar5	
3. Data Kunjungan di Kedai Kopi Nipah Padang	24
4. Pilihan Jawaban Skala Likert Pada Variabel X dan Varibel Y	28
5. Kisi-kisi Operasional Variabel Penelitian	29
6. Klasifikasi Skor	35
7. Distribusi Frekuensi Usia Responden	42
8. Distribsi Frekuensi Pekerjaan Responden.....	43
9. Distribusi Frekuensi Jumlah Kunjungan Responden	43
10. Distribusi Frekuensi Pernah Berkunjung Responden	44
11. Deskripsi Data Total Variabel Harga	44
12. Distribusi Frekuensi Variabel Harga.....	45
13. Deskripsi Data Total Indikator Keterjangkauan Harga.....	46
14. Distribusi Frekuensi Indikator Keterjangkauan Harga	47
15. Deskripsi Data Total Indikator Daya Saing Harga	48
16. Distribusi Frekuensi Indikator Daya Saing Harga	49
17. Deskripsi Data Total Indikator Kesesuaian Harga	50
18. Distribusi Frekuensi Indikator Kesesuaian Harga	50
19. Deskripsi Data Total Variabel Lokasi	51
20. Deskripsi Data Total Variabel Lokasi	52
21. Distribusi Frekuensi Indikator Akses.....	54
22. Deskripsi Data Total Indikator Visiabilitas.....	54
23. Distribusi Frekuensi Indikator Visiabilitas	55
24. Deskripsi Data Total Indikator Lalu Lintas	56
25. Distribusi Frekuensi Indikator Lalu Lintas	57
26. Deskripsi Data Total Indikator Tempat Parkir	58
27. Distribusi Frekuensi Indikator Tempat Parkir	58
28. Deskripsi Data Total Indikator Ekspansi	59
29. Distribusi Frekuensi Indikator Ekspansi	60
30. Deskripsi Data Total Indikator Lingkungan	61
31. Distribusi Frekuensi Indikator Lingkungan	61
32. Deskripsi Data Total Indikator Kompetisi	62
33. Distribusi Frekuensi Indikator Kompetisi.....	63
34. Deskripsi Data Total Variabel Keputusan Pembelian.....	64
35. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	64
36. Deskripsi Data Total Indikator Pilihan Produk	65
37. Distribusi Frekuensi Indikator Pilihan Produk.....	66

38. Deskripsi Data Total Indikator Pilihan Merek	67
39. Distribusi Frekuensi Indikator Pilihan Merek.....	68
40. Deskripsi Data Total Indikator Saluran Pembelian.....	69
41. Distribusi Frekuensi Indikator Pilihan Saluran	69
42. Distribusi Frekuensi Indikator Waktu Pembelian	71
43. Deskripsi Data Total Indikator Jumlah Pembelian	72
44. Distribusi Frekuensi Indikator Jumlah Pembelian	72
45. Deskripsi Data Total Indikator Metode Pembayaran.....	73
46. Distribusi Frekuensi Indikator Metode Pembayaran	74
47. Hasil Uji Normalitas	75
48. Hasil Uji Multikoleniaritas.....	77
49. Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
50. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	79
51. Hasil Uji Koefisien Regresi	80
52. <i>Adjusted R. Square</i> Variabel X1, X2 dan Y.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Kedai Kopi Nipah Padang.....	2
2. Ulasan Konsumen	6
3. Ulasan Konsumen	7
4. Ulasan Konsumen	8
5. Kerangka Konseptual Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Surat Keterangan Melakukan Penelitian	92
2. Kuesioner Penelitian	93
3. Tabulasi Data Penelitian Harga.....	100
4. Tabulasi Data Penelitian lokasi.....	104
5. Tabulasi Data Penelitian Keputusan Pembelian	107
6. Out Put Hasil Penelitian.....	111

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Food and Beverage memiliki pengertian sebagai suatu bidang yang mengkhususkan pada makanan dan minuman, baik minuman beralkohol maupun minuman yang tidak beralkohol dan baik dalam hal penyajian dan pelayanannya (Yusnita dan Yulianto, 2013:2). Menurut (Mahadi, Wulandari, & Trisnawati, 2013:20) pasar industri kuliner atau produk makanan yang ada di Indonesia diprediksi akan terus tumbuh dan berkembang disebabkan karena kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia. Perkembangan ini sangat direspon oleh masyarakat Indonesia, terbukti dengan semakin banyaknya *Coffee Shop* atau warung kopi yang menawarkan produk mereka dengan berbagai varian harga (Mu'tashim dan Slamet, 2019:119).

Coffe Shop adalah suatu tempat yang sangat menarik yang menyediakan aneka minuman dan beberapa makanan kecil, beserta *Live Music*, tempat untuk hiburan yang nyaman yang dirasakan oleh pengunjung atau konsumen. Banyaknya sekarang para pengunjung yang memiliki kecintaan terhadap kopi, yang dimana kita sebut dengan Penikmat Kopi. Pada saat ini *Coffe Shop* sangat diminati oleh semua kalangan, yang dimana *Coffe Shop* telah menjadi bisnis yang sangat cepat berkembang di Kota Padang.

Kota Padang merupakan pusat dari segalanya di Sumatera Barat. Pada saat ini *Coffe Shop* ini yang menjadi peluang bisnis yang dijadikan suatu usaha yang digeluti bagi pembisnis di bidang kuliner. Hal ini dikarenakan Kota Padang memiliki banyak *Coffe Shop* yang telah hadir di Kota Padang.. Kota

Padang juga terkenal dengan kulinernya yang lezat dan nikmat. Hal ini membuat banyaknya terdapat *Coffe Shop* di Kota Padang.

Perkembangan dunia bisnis saat ini dapat dikatakan maju era sekarang ini, khususnya dibidang kuliner. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya *Coffe Shop* yang bermunculan juga dikarenakan kebutuhan dan keinginan masyarakat yang semakin besar dan bermacam-macam. Dilihat dari adanya fenomena tersebut, tingkat persaingan antar *Coffe Shop* semakin ketat. Maka dari itu untuk menghadapi persaingan tersebut perusahaan harus menerapkan pemasaran yang baik agar *Coffe Shop* tersebut dapat memenangkan pasar. Salah satu *Coffe Shop* yang ada di Kota Padang adalah Kedai Kopi Nipah Padang.



Gambar 1. Kedai Kopi Nipah Padang

Kedai Kopi Nipah Padang adalah salah satu *Coffe Shop* di Kota Padang yang berdiri sejak tahun 2020 di daerah Pondok. Kedai Kopi Nipah Padang berlokasi di Jalan Nipah No 30 Berok Nipah. Kapasitas tempat duduk

di Kedai Kopi Nipah Padang yaitu lebih dari 100 orang. Kedai Kopi Nipah Padang menawarkan konsep yang berbeda dari *Coffe Shop* lainnya di Kota Padang, *Coffe Shop* ini menyediakan *Live Music* yang sangat menarik yang dimainkan setiap hari. Aneka minuman yang ditawarkan di Kedai Kopi Nipah Padang juga sangat bervariasi dan juga *Coffe Shop* ini menawarkan konsep *free* dekorasi *birthday party* bagi pengunjung yang sedang berulang tahun. Kedai kopi Nipah Padang ini merupakan cabang dari Bandung yang sudah banyak diketahui banyak orang. Kedai Kopi Nipah Padang merupakan milik pribadi dari seorang Pria yang kreatif yaitu Suardi.

Berdasarkan kegiatan pra penelitian yang penulis lakukan, penulis menemukan beberapa permasalahan pada Kedai Kopi Nipah Padang. Beberapa permasalahan yang penulis temukan diantaranya terjadi ketidakstabilan jumlah kunjungan/pax pada periode Oktober 2021-Maret 2022 dilihat dari turunnya jumlah kunjungan/pax beberapa bulan terakhir. Turunnya tingkat kunjungan/pax yang dialami oleh Kedai Kopi Nipah Padang dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 1. Data Kunjungan/Pax di Kedai Kopi Nipah

No	Bulan	Jumlah kunjungan/Pax	
		Juli 2020-Maret 2021	Juli 2021-Maret 2022
1	Juli	1125	3129
2	Agustus	1278	3261
3	September	1290	1432
4	Oktober	1321	3797
5	November	1396	3685
6	Desember	1211	3443
7	Januari	3521	3371
8	Februari	3583	3318
9	Maret	3623	3210

Sumber : Kedai Kopi Nipah Padang, (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadinya penurunan jumlah kunjungan/pax dalam beberapa bulan terakhir, tetapi kedai kopi nipah padang tersebut masih di dalam target untuk strategi penjualan. Dengan rata-rata 3.300 pax/bulan, dapat diperkirakan perhari sekitar 100-120 pax per harinya . Hal ini diakibatkan karena banyaknya *Coffe Shop* baru yang berdiri di Kota Padang, yang memiliki tempat, fasilitas, dan suasana yang sangat menarik sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Pemahaman tentang keputusan pembelian konsumen yakni bagaimana suatu organisasi, kelompok, dan individu dalam menentukan, membeli, memilih dan menggunakan barang atau jasa. Menurut Kotler (2012:190) “Keputusan Pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli, keputusan pembelian ini dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang dilakukan oleh pihak pemasar”.

Bauran pemasaran merupakan salah satu konsep utama dalam pemasaran modern. Menurut Kotler (2017:18) Bauran Pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Menurut Kotler dan Keller (2012:25) terdiri dari 4P, yaitu produk (*product*), harga(*price*), tempat (*place*). Dan promosi (*promotion*). Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang di peroleh dari suatu barang atau jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga merupakan jumlah

semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dengan kondisi Harga di Kedai Kopi Nipah Padang beberapa menu makanan dan minuman lebih mahal dari kompotitor *Coffe Shoplain* pada umumnya. Dilihat dari perbandingan harga Kedai Kopi nipah padang dengan *Coffe Shop* yang berada di sekitar kedai kopi nipah.

Tabel 2. Daftar Harga Di Kedai Kopi Nipah Padang Dengan Beberapa Restoran Sekitar

No	Kedai Kopi Nipah	Harga	A	Harga	B	Harga
1	Kopi susu miss vania	25.000-45.000	Cappucino	14.000	Coffe latte	20.000
2	Kopi susu miss azel	25.000-45.000	Coffe Latte	22.000	Piccolo	20.000
3	Coklat selingkuh	22.000-42.000	Milk With Honey	20.000	Cococolate	21.000
4	Kopi susu tiramiss you	25.000-45.000	Vanilla latte	20.000	Vanilla Latte	22.000
5	Susu Ocha	22.000-42.000	Thai tea	14.000	Lychee Tea	18.000
6	Taro Milk	22.000-42.000	Choco banana	14.000	Thai tea milk	18.000

Sumber: Daftar Harga di Kedai Kopi Nipah Padang, (2022)

Berdasarkan dari tabel harga di atas, bahwa beberapa minuman di Kedai Kopi Nipah Padang relatif mahal di bandingkan harga minuman di *Coffe Shop* yang lain. Hal ini menyebabkan manurunnya tingkat pembelian konsumen.



Gambar 2. Ulasan Konsumen

Sumber: www.google.com, 2022

Dari ulasan tamu di atas, terlihat bahwa pengunjung merasa kurang puas karena harga yang di tawarkan terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen. Hal ini tidak sesuai dengan salah satu indikator dari 4P yaitu *price*.

Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan pada bulan Januari 2022 di Kedai Kopi Nipah Padang, terdapat beberapa permasalahan yang peneliti temukan yaitu adanya pendapat bahwa harga menu di Kedai Kopi Nipah Padang relatif mahal. Pelayanan yang diberikan kepada pengunjung tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh pengunjung. Kurang tertat dengan rapi ruangan di Kedai Kopi Nipah. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak *Coffe Shop*, sehingga banyaknya pengunjung yang tidak mengetahui *Coffe Shop* tersebut. Lokasi yang strategis dan menarik tetapi bising dengan bunyi kendaraan.



Gambar 3. Ulasan Konsumen

Sumber: www.google.com, 2022

Dari ulasan tamu di atas, terlihat bahwa pengunjung merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Kedai Kopi Nipah Padang. Hal ini diakibatkan karena pesanan yang dipesan pengunjung tidak sampai dalam waktu 15 menit. Sehingga membuat pengunjung menunggu terlalu lama sampai 1 jam.

Selain harga faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen adalah lokasi. Lokasi menurut Fandy Tjiptono (2014:92) “Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan yang menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan segi ekonominya”. Lokasi di Kedai Kopi Nipah Padang memiliki lokasi yang sangat strategis dan ramai. Namun di Kedai Kopi Nipah Padang memiliki tempat atau lokasi yang sempit, seperti parkir yang sempit sehingga kendaraan pengunjung melebar ke jalan raya. Tetapi Kopi Nipah Padang ini tetap ramai dikunjungi pengunjung walaupun harga di tempat tersebut lebih mahal dari pada *Coffe Shop* sekitar sana, dikarenakan di Kedai Kopi nipah tersebut memiliki fasilitas yang memungkinkan seperti *live Music* setiap hari dan memiliki suasana yang menarik.



Gambar 4. Ulasan Konsumen

Sumber : www.google.com, 2022

Berdasarkan ulasan tamu di atas, terlihat bahwa pengunjung merasa kurang puas, lokasinya yang sangat strategis dan asyik tapi terlalu bising dengan bunyi kendaraan serta konsep yang tidak jelas, beserta fasilitas yang tdiak memadai seperti tidak menyediakan atraksi/permainan di Kedai Kopi Nipah Padang.

Berdasarkan permasalahan yang telah di paparkan pada latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kedai Kopi Nipah Padang”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

1. Turunnya tingkat pembelian pada bulan Oktober 2021-Maret 2022
2. Harga Minuman di Kedai Kopi Nipah Padang relative mahal dari kompotitor
3. Lokasi yang bising dengan bunyian kendaraan dan fasilitas yang kurang memadai
4. Pelayanan di Kedai Kopi Nipag Padang tergolong sangat lama

5. Ketidakpuasan tamu sesudah pembelian dikarenakan minuman yang tidak enak
6. Tamu sering melihat tikus yang berkeliaran di sekitar tempat duduk tamu

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang dikemukakan tersebut, maka untuk terarahnya penelitian ini penulis membatasi permasalahan sebagai berikut:

1. Harga dan Lokasi
2. Keputusan Pembelian Konsumen
3. Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kedai Kopi Nipah Padang

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka dapat diidentifikasi rumusan masalah yang diteliti :

1. Bagaimana Harga di kedai Kopi Nipah Padang?
2. Bagaimana Lokasi di kedai Kopi Nipah Padang?
3. Bagaimana Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Nipah Padang?
4. Bagaimana pengaruh Harga dan Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Kedai Kopi Nipah Padang?
5. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Kedai Kopi Nipah Padang?

6. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Kedai Kopi Nipah Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka dapat diidentifikasi tujuan penelitian adalah :

1. Tujuan umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kedai Kopi Nipah Padang

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mendeskripsikan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kedai Kopi Nipah Padang
- b. Untuk mendeskripsikan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Nipah Padang
- c. Untuk mendeskripsikan Keputusan Pembelian Kosumen Di Kedai Kopi Nipah Padang
- d. Menganalisis pengaruh harga di Kedai Kopi Nipah Padang
- e. Menganalisis Pengaruh Lokasi di Kedai Kopi Nipah Padang
- f. Menganalisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kedai Kopi Nipah Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pihak Kedai Kopi Nipah Padang

Untuk memberi masukan meningkatkan kegiatan bauran pemasaran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Kedai Kopi Nipah Padang. Kedai Kopi Nipah Padang, seperti promosi perlu ditingkatkan, menyediakan fasilitas umum yang di perhatikan lagi, dan harga menu yang relatif mahal.

2. Bagi Departemen D4 Manajemen Perhotelan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi literatur dan menjadi bahan tambahan untuk perkuliahan Penelitian Pariwisata dan Perhotelan. Dan juga untuk dosen, diharapkan penelitian ini untuk bisa menjadi referensi untuk mahasiswa selanjutnya.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman dalam menyusun penelitian berikutnya.

4. Bagi Peneliti

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan ilmu bagi penulis, sebagai bentuk penyelesaian tugas akhir perkuliahan Pariwisata dan Perhotelan.