

**SKRIPSI**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
DI TIGA ROEPA COFFEE & GALLERY**



**Oleh :**

**RAHMA IFTI AULIA**

**NO.MHS : 317101058**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA, DAN KUALITAS**  
**PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**  
**DI TIGA ROEPA COFFEE & GALLERY**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh**  
**Derajat Sarjana Terapan Pariwisata**

**Oleh :**

**RAHMA IFTI AULIA**

**NO.MHS : 317101058**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA, DAN KUALITAS**  
**PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**  
**DI TIGA ROEPA COFFEE & GALLERY**



**Oleh :**

**RAHMA IFTI AULIA**

**NO.MHS : 317101058**

**Telah Disetujui Oleh :**

**Pembimbing I**

**Drs. Budi Hermawan, M.M**  
**NIDN. 0523026601**

**Pembimbing II**

**Hermawan Prasetyanto, S.Sos., S.ST., M.M**  
**NIDN. 0516057102**

**Mengetahui**  
**Ketua Program Studi**

**Hermawan Prasetyanto, S.Sos., S.ST., M.M**  
**NIDN. 0516057102**

**BERITA ACARA UJIAN**  
**PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA, DAN KUALITAS**  
**PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**  
**DI TIGA ROEPA COFFEE & GALLERY**

  
Oleh :  
**RAHMA IFTI AULIA**  
**NO.MHS : 317101058**  
Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji  
Dan Dinyatakan **LULUS**  
Pada Tanggal...24 Desember 2021

**Tim Penguji :**

**Penguji Utama** : **Drs. Prihatno, M.M**  
NIDN. 0526125901

**Penguji I** : **Drs. Budi Hermawan, M.M**  
NIDN. 0523026601

**Penguji II** : **Hermawan Prasetyanto, S.Sos., S.ST., M.M**  
NIDN. 0516057102



**Mengetahui**  
**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

  
**Drs. Prihatno, M.M**  
NIDN. 0526125901

## PERNYATAAN KEASLIAN UJIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahma Ifti Aulia

NIM : 317101058

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Judul Skripsi : Pengaruh media sosial, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk di Tiga Roepa Coffee & Gallery.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau di terbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 23 Desember 2021



## **HALAMAN MOTTO**

“Sudah di depan mata, Jangan menyerah”.

-Ibu-

“Kita diatas gunung, masalah tidak penting, masa depan tidak penting, yang terpenting adalah masa sekarang”.

-Redondo Regenbogen-

“Kamu tidak akan bisa mengendalikan orang lain dalam melakukan sesuatu seperti yang kamu inginkan, tapi yang kamu bisa adalah mengendalikan dirimu sendiri”

-Henry Manampiring, Filosofi Teras-

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa doa dan dukungan dari orang-orang tersayang. Oleh karena itu penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Allah SWT atas rahmat, nikmat dan karunia-Nya yang luar biasa kepada penulis.
2. Kepada kedua orang tua tercinta bapak dan ibu, terima kasih atas doa dan dukungannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada pimpinan serta *crew* Tiga Roepa yang telah membantu penulis dalam mengerjakan penelitian.
4. Rekan-rekan kelas pengelolaan Perhotelan B 2017 yang sama-sama telah belajar, berjuan dan saling menyemangati dan mendukung dalam perkuliahan serta proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir.
5. Almamaterku

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur Allhamdulillah penulis sampaikan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan Anugerah, Hidayah, dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Pengelolaan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) AMPTA Yogyakarta.

Pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung kelancaran kegiatan penyusunan skripsi. Sangat disadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini bukanlah hanya kerja dari penulis secara semata, melainkan juga melibatkan berbagai pihak, maka dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Drs. Budi Hermawan, M.M selaku dosen Pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga untuk memberikan bimbingan, arahan motivasi nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.Sos, S.ST, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi D IV Pengelolaan Perhotelan dan dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan masukan dengan sabar dan arif.
3. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan mendukung sehingga skripsi dapat terselesaikan.
4. Para Responden yang telah bersedia membantu, dan meluangkan waktu untuk turut andil dalam penyelesaian skripsi ini sehingga berjalan dengan lancar.



5. Bapak Denis dan Ibu Ami selaku pimpinan Tiga Roepa Coffee & Gallery yang telah memberikan penulis kesempatan dan izin untuk melakukan penelitian
6. Kepada seluruh dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta atas ilmu yang bermanfaat dan bantuannya kepada penulis selama perkuliahan.
7. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah membantu memberikan dukungan.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 23 Desember 2021

Rahma Ifti Aulia

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Batasan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori .....	7

B. Kerangka Pemikiran.....	14
C. Penelitian Terdahulu .....	14
D. Hipotesis Penelitian .....	15
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Metode Penelitian .....	17
B. Lokasi dan Waktu .....	17
C. Populasi dan Sampel .....	18
D. Variabel dan Indikator .....	19
E. Metode Pengumpulan Data .....	22
F. Metode Analisis Data .....	27
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Objek Penelitian .....	33
B. Karakteristik Responden .....	34
C. Hasil Uji Kelayakan Instrumen.....	38
D. Hasil Analisa Data .....	42
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran dan Rekomendasi .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian .....	20
Tabel 3.2 Penilaian Dalam Skala likert.....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli.....	37
Tabel 4.6 Pengujian Validitas Media Sosial .....	38
Tabel 4.7 Pengujian Validasi Harga.....	39
Tabel 4.8 Pengujian Validasi Kualitas Pelayanan.....	39
Tabel 4.9 Pengujian Validasi Keputusan Pembelian .....	40
Tabel 4.10 Pengujian Reabilitas.....	41
Tabel 4.11 Pengujian Normalitas .....	42
Tabel 4.12 Pengujian Multikolinier .....	44
Tabel 4.13 Pengujian Heteroskedastisitas.....	45
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
Tabel 4.15 Uji t .....	48
Tabel 4.16 Uji F .....	49
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi.....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	15
Gambar 4.1 Grafik Normal Q-Qplot.....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian untuk Tiga Roepa Coffee & Gallery.

Lampiran 2 : Surat Pelaksanaan Penelitian dari Tiga Roepa Coffee & Gallery

Lampiran 3 : Kuesioner

Lampiran 4 : Tabulasi Data

Lampiran 5 : Hasil Output SPSS

Lampiran 6 : Dokumentasi

Lampiran 7 : Lembar Bimbingan

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Media Sosial, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiga Roepa Coffee & Gallery” bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh variabel independen yaitu media sosial, harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Jenis penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Sampel pada penelitian berjumlah 100 orang dengan menggunakan teknik sampel *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan skala likert menggunakan *google form*. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, pengujian analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Data tersebut diolah dengan menggunakan *software* komputer “SPSS 26”.

Dari hasil pengolahan data dengan SPSS didapatkan bahwa data kuesioner valid, reliabel, normal, bebas dari multikolonieritas dan bebas dari heteroskedastisitas. Untuk hasil uji regresi linier berganda didapatkan persamaan  $Y = 6,913 + -0,060 X_1 + 0,165 X_2 + 0,453 X_3$  dan nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,304 atau 30,4% yang berarti keputusan pembelian dipengaruhi variabel media sosial, harga dan kualitas pelayanan sebesar 30,4%. Dari hasil uji F  $p\text{-value} = 0,000 < \alpha = 0,05$ . Dari hasil uji t diketahui nilai t hitung  $X_1=0,537$ ,  $X_2=0,103$  dan  $X_3=0,000$  dengan tingkat signifikan 0,05. Sehingga variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh parsial terhadap keputusan pembelian, sedangkan media sosial dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci: media sosial, harga, kualitas pelayanan, keputusan pembelian**

## **ABSTRACT**

*This research entitled " the Effect of social media, price, and service quality on Consumer Purchase Decisions at Tiga Roepa Coffee & Gallery" aims to determine the effect given by the independent variables namely social media, price and service quality on the dependent variable, namely purchasing decisions.*

*This type of research is in the form of quantitative research. The sample in this study amounted to 100 people using purposive sampling technique. The type of data used in the method is primary data in the form of questionnaire data with a Likert scale using google form. Testing the instrument using validity and reliability tests, testing data analysis using multiple linear regression technique. The data is processed using computer software "SPSS 26".*

*From the results of data processing with SPSS, it was found that the questionnaire data was valid, reliable, normal, free from multicollinearity and free from hesteroscedasticity. For the results of multiple linear regression, the equation  $Y = 6,913 + X1 -0,060 + X2 0,165 X2 + X3 0,453$  and the value of the Adjusted R Square coefficient of determination is 0.304 or 30,4%, which means that purchasing decisions are influenced by social media variables, price and service quality by 30,4%. From the results of the F test  $p\text{-value} = 0,000 < \alpha = 0,05$  From the results of the t test, it is known that the t arithmetic value of  $X1 = 0,5372$ ,  $X2 = 0,103$  and  $X3 = 0,000$  whit a significant degree 0,05. So that service qualitu variables have a partial effect on purchasing decisions, while social media and price has no effect on purchasing decisions.*

***Keywords: social media, price, service quality, consumer purchase decisions.***



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dalam dunia food and beverage para pebisnis dibidang ini harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu pengalaman didalam mengkonsumsi produk dan jasa, sehingga dapat membuat mereka terkesan. Oleh karena itu diperlukannya sebuah pola untuk menggeser pemikiran tradisional dalam kategori bisnis food and beverage service khususnya coffee shop, yang sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) saja menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan suatu pengalaman tak terlupakan. Penciptaan suasana yang nyaman yang didukung dengan desain interior unik dan tersedianya berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan musik live, wifi serta sejenisnya merupakan daya tarik khusus bagi para customer-nya yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Semakin ketatnya persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Oleh karena itu perusahaan perlu mencermati perilaku konsumen dengan mengetahui minat dan faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk.

Peningkatan jumlah pengguna internet dan media sosial menjadi peluang yang sangat besar bagi para pelaku bisnis untuk memasarkan

produk-produknya. Hayden dan Herman dalam (Hermawan 2012 : 208) menggunakan istilah redhot, untuk menggambarkan peluang pemasar yang sedemikian besar dalam pemasaran via internet. Dengan internet pemasaran produk dapat lebih terbantu, karena internet memungkinkan proses pemasaran yang lebih efektif, respon yang lebih cepat dan biaya yang lebih murah (Hermawan, 2012 : 208). Dengan biaya yang murah dan penyebaran informasi yang cepat diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian di jejaring sosial, faktor - faktor tersebut adalah atmosfer, promosi, kepercayaan, dan karakteristik konsumen. Selain itu ada penelitian lain yang menyatakan bahwa media pemasaran online memberikan dampak terhadap terbentuknya minat beli konsumen (Balakrishnan, *et al.*, 2014)

Kemajuan teknologi penggunaan media sosial dalam bidang pemasaran bisnis tak luput dari perhatian Tiga Roepa Coffee & Gallery, perusahaan Cafe ini memanfaatkan trend tersebut menjadi salah satu media pemasaran mereka. Tiga Roepa Coffee & Gallery memilih instagram sebagai media promosi yang paling diandalkan karena tidak memiliki batasan jumlah karakter tulisan, bisa memuat foto, mendunia, dan intinya seperti majalah berjalan saja. Saat ini Tiga Roepa dengan akun @tigaroepea memiliki 4686 follower pada akun Instagram.

Tiga Roepa Coffee & Gallery berdiri sejak Mei 2020 yang beralamatkan di Jalan Pandega Marta No.43, Manggung, Caturtunggal,Kec.

Depok, Kabupaten Sleman. Dengan berbagai macam menu mulai dari kopi, non kopi serta menyuguhkan makanan ringan dan makanan berat dengan berkonsepkan coffee shop dan gallery seni menjadikan daya pikat tersendiri bagi Tiga Roepa, suasana bak sedang di rumah nenek cocok menjadikan Tiga Roepa sebagai tempat nongkrong yang asik untuk quality time.

Selain dari pengaruh media sosial, dalam penentuan keputusan pembelian harga juga turut andil menjadi salah satu faktor yang sangat ditimbangkan. Tingkat harga yang diterapkan oleh perusahaan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam perusahaan (Tjiptono, 2002). Harga yang rendah atau harga yang terjangkau memicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Namun harga juga menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga akan dapat mempengaruhi kesadaran konsumen akan suatu merek produk tertentu. Namun harga juga menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Tiga Roepa menetapkan harganya juga berdasarkan faktor kondisi suasana yang ada di dalamnya, dengan menawarna suasana bak dirumah nenek yang asri dan gallery seni serta ornamen vintage yang menjadi daya tarik. Jadi para

pengunjung membeli produk sekaligus suasananya.

Selain itu variabel kualitas pelayanan juga merupakan salah satu hal yang cukup penting dalam membuka suatu bisnis di bidang food & beverage, termasuk coffee shop. Misalkan dengan pelayanan barista yang ramah dalam melayani pembeli dapat mempengaruhi calon pembeli untuk membeli dan untuk datang lagi ke coffee shop tersebut. Karena pelayanan yang memuaskan akan berdampak terjadinya pembelian yang berulang-ulang kali dan dapat meningkatkan penjualan. Selain pelayanan yang ramah, penampilan diri seorang barista di coffee shop juga berpengaruh, mulai dari kerapihan berbusana yang kurang pantas maupun seragam yang digunakan akan menimbulkan kesan yang buruk bagi konsumen.

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul **“PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIGA ROEPA COFFEE & GALLERY”**

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana variabel media sosial, harga dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tiga Roepa Coffee & Galley.?

### **C. Batasan Masalah**

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah membahas peran media sosial, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Tiga Roepa Coffee and Gallery.

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Media sosial terhadap keputusan pembelian di Tiga Roepa Coffee & Gallery.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Tiga Roepa Coffee & Gallery
3. Untuk mengetahui dampak dari kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Tiga Roepa Coffee & Gallery

### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi STP AMPTA

Sebagai pedoman dan memperkaya kajian ilmiah selanjutnya dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan umum terutama yang berkaitan dengan pengaruh media social, harga, kualitas pelayanan dalam menentukan keputusan pembelian.

2. Bagi Tiga Roepa

Diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi para karyawan dan owner agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan mengetahui taraf minat dari para customer.

3. Bagi Peneliti

Bertambah pengalaman penulis dalam melakukan penelitian dan menuangkan dalam karya ilmiah. Sehingga penelitian mengetahui pentingnya peran media social, harga, serta kualitas pelayanan dalam keputusan pembelian