

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI**  
**PELANGGAN DI SUA *COFFEE SHOP***



**Disusun Oleh**

**Roberto Galih Jati Kusumo**

**NIM : 316100934**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAHAN PERHOTELAN**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**

**2021**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI**  
**PELANGGAN DI SUA *COFFEE SHOP***



**Untuk memenuhi syarat guna memperoleh**

**Derajat Sarjana Terapan (S.Tr.Par.)**

**Disusun Oleh:**

**Roberto Galih Jati Kusumo**

**NIM : 316100934**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAHAN PERHOTELAN**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

HALAMAN PENGESAHAN  
PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI  
PELANGGAN DI SUA *COFFEE SHOP*  
SKRIPSI



Disusun Oleh:  
**Roberto Galih Jati Kusumo**  
NIM : 316100934

Telah Disetujui oleh:

Pembimbing I

  
Drs. Prihatno, M.M  
NIDN 0516057102

Pembimbing II

  
Hermawan Prasetyanto, S.Sos., S.ST., M.M  
NIDN 0526125901

Mengetahui  
Ketua Jurusan

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

**BERITA ACARA UJIAN**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI**  
**PELANGGAN DI SUA COFFEE SHOP**  
**SKRIPSI**

Disusun Oleh :

**ROBERTO GALIH JATI KUSUMO**

NO. MHS : 316100934

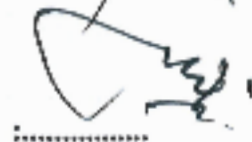
Telah Dipertahankan Di Depan Tim  
Penguji Dan Dinyatakan LULUS  
Pada Tanggal 12 Agustus 2021

Tim Penguji:

Penguji Utama : Arif Dwi Saputro, S.S., M.M  
NIDN. 0525047001

Pembimbing I : Drs. Prihatno, M.M  
NIDN. 0526125901

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



Mengetahui  
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ampita

  
Drs. Prihatno, MM  
NIDN 0526125901

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Roberto Galih Jati Kusumo

NIM : 316100934

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI PELANGGAN DI SUA COFFEE  
SHOP

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta 12 Agustus 2021

Penulis



Roberto Galih Jati Kusumo

316100934

## **MOTTO**

“Sesekali jadilah film kartun: dijepit, digilas, bangkit lagi.”

- Dahlan Iskan

“Mulailah dengan melakukan apa yang diperlukan, kemudian apa yang mungkin.  
Dan serentak anda akan melakukan yang tidak mungkin”

- Santo Fransiskus dari Asisi

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan sebuah kerja keras saya dalam menuntut ilmu di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang akhirnya dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Dengan penuh rasa terima kasih, kerendahan dan ketulusan hati, saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Tuhan YME, yang telah memberikan kekuatan serta kesabaran dalam menjalani berbagai cobaan dalam penulisan skripsi ini.
2. Atung dan Uti yang sudah mau merelakan masa tuanya untuk mendoakan dan membantuku dalam biaya kuliah serta memberikan dorongan yang kuat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dita selaku pacar & Joey selaku anjing kesayangan saya yang selalu menghibur, membantu, mengingatkan, menguatkan, serta menghangatkan disaat terbaik maupun disaat terburukku
4. Niko, Oki, Candy, trah mejing, MD, ADH B, dan sahabat – sahabatku yang telah hadir dan memberikan dukungan disetiap aku mengeluh
5. Serta semua orang terdekat dan teman teman kampus yang mau membantu mengingatkan serta memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME yang telah melimpahkan segala rahmat serta kekuatan dalam penyusunan skripsi. Penulisan ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari bahwa penyelesaian ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang berkepentingan didalamnya. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang berperan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini

1. Bapak Drs. Prihatno, MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta dan pembimbing I yang telah sabar dan ikhlas memberikan bimbingan, ijin dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.Sos, MM.Par selaku Ketua Program Studi Perhotelan di STP AMPTA Yogyakarta dan pembimbing II yang telah ikhlas dan sabar dalam mengarahkan penulisan skripsi ini. Dan juga telah memberikan motivasi dalam penulisan ini
3. Bapak Arif Dwi Saputro, S.S., M.M. selaku Ketua Program Studi Pariwisata di STP AMPTA Yogyakarta dan penguji utama yang sudah menyempatkan waktu serta memberikan saya kesempatan untuk menerangkan isi skripsi saya.



4. Bapak dan ibu dosen serta staf akademik yang telah memberikan ilmu kerjasama dan juga bantuan dalam pembelajaran dan kepengurusan administrasi selama di kampus
5. Para sahabat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu telah memberikan semangat, nasehat, hiburan dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sesuai target.
6. Pihak SUA coffee yang sudah mengizinkan saya untuk menggunakan SUA sebagai objek penelitian

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan pada penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat memberi wawasan dan pengetahuan bagi pihak yang membaca. Tak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pembaca demi kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 12 Agustus 2021

Penulis

Roberto Galih Jati Kusumo

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>BERITA ACARA UJIAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>ABSTRAK</b> .....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Batasan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS</b> .....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Produk .....	6
2. Kualitas produk .....	6
3. Minat beli .....	6
4. Jenis Kopi.....	7
5. Makanan utama/sepinggan.....	8
6. Makanan kudapan/camilan. ....	8
7. Minat.....	8
8. Indikator Kualitas Produk Makanan .....	10
9. Kualitas produk minuman kopi.....	13
B. Kerangka Pemikiran.....	14
C. Penelitian Terdahulu .....	16

D.	Hipotesis.....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>19</b>
A.	Jenis Penelitian.....	19
B.	Lokasi dan Waktu penelitian.....	20
C.	Populasi dan Sampel .....	20
1.	Arikunto .....	20
2.	Sampel.....	20
D.	Variabel dan Indikator.....	21
1.	Variabel Independen .....	21
2.	Variabel Dependen.....	23
E.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	23
1.	Teknik Pengumpulan Data.....	24
2.	Instrumen Penelitian .....	25
F.	Teknik Analisis Data.....	27
1.	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	27
2.	Uji T .....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>29</b>
A.	Sejarah SUA <i>coffeeshop</i> .....	29
B.	Deskripsi objek penelitian.....	31
1.	Analisa Data Responden .....	33
2.	Analisa Data Penelitian.....	39
3.	Uji Validitas Instrument Penelitian.....	43
4.	Uji reliabilitas.....	44
5.	Regresi Linier Sederhana .....	45
6.	Uji Hipotesis menggunakan Uji T .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>63</b>
A.	Kesimpulan .....	63
B.	Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert .....	25
Tabel 4. 1 Validasi kualitas produk .....	43
Tabel 4. 2 Validasi minat beli .....	43
Tabel 4. 3 Uji reliabilitas.....	44
Tabel 4. 4 variabel enter kualitas tampilan makanan.....	45
Tabel 4. 5 korelasi kualitas tampilan makanan .....	45
Tabel 4. 6 coefficient kualitas tampilan makanan.....	46
Tabel 4. 7 variabel enter kualitas suhu makanan .....	48
Tabel 4. 8 korelasi kualitas suhu makanan.....	48
Tabel 4. 9 coefficient kualitas suhu makanan .....	49
Tabel 4. 10 Variabel enter kualitas tekstur makanan .....	50
Tabel 4. 11 korelasi kualitas tekstur makanan .....	51
Tabel 4. 12 coefficient kualitas tekstur makanan.....	51
Tabel 4. 13 variabel enter kualitas rasa makanan .....	53
Tabel 4. 14 korelasi kualitas rasa makanan.....	53
Tabel 4. 15 coefficient kualitas rasa makanan .....	54
Tabel 4. 16 variabel enter kualitas rasa asam kopi.....	55
Tabel 4. 17 korelasi kualitas rasa asam kopi.....	56
Tabel 4. 18 coefficient kualitas rasa asam kopi .....	57
Tabel 4. 19 variabel enter kualitas rasa kopi.....	58
Tabel 4. 20 korelasi kualitas rasa kopi .....	59

Tabel 4. 21 coefficient kualitas rasa kopi.....	59
Tabel 4.22 Uji Hipotesis dengan Uji T.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	14
Gambar 3. 1 Rumus Reliabilitas .....	27
Gambar 4. 1 Struktur organisasi SUA coffee.....	30
Gambar 4. 2 Suasana SUA coffee saat alam dan siang hari .....	31
Gambar 4. 3 Kopi susu BerSUA dan SUA smokedmarry .....	31
Gambar 4. 4 Menu minuman di SUA .....	33
Gambar 4. 5 Diagram jenis kelamin responden .....	34
Gambar 4. 6 diagram Usia responden .....	35
Gambar 4. 7 Diagram pekerjaan responden .....	36
Gambar 4. 8 Responden yang pernah mengunjungi SUA .....	38
Gambar 4. 9 Diagram Intensitas responden mengunjungi SUA .....	39

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Surat Permohonan penelitian
Lampiran 2	Surat Balasan penelitian
Lampiran 3	Hasil Kuestioner
Lampiran 4	Kuestioner
Lampiran 5	Lembar Bimbingan
Lampiran 6	Rtabel dan Ttabel

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dalam mempengaruhi minat beli pelanggan di SUA *coffeeshop*. Penelitian ini dimulai dengan melihat seberapa besar dampak pembelian yang ada di SUA *coffeeshop* dan dari aktivitas pembelian tersebut apakah kualitas produk yang ada berdampak besar terhadap minat beli pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kuesioner dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah bertransaksi dan mengunjungi SUA *coffeeshop*. Indikator yang digunakan adalah rasa makanan, tampilan, tekstur makanan, suhu makanan, rasa kopi dan rasa asam kopi. Data dianalisis menggunakan program SPSS dengan metode analisis kuantitatif deskriptif.

Hasil penelitian yang ditinjau dari rasa, tampilan, tekstur, suhu makanan, serta rasa kopi dan rasa asam kopi mendapatkan hasil sebagai berikut. Berdasarkan dari nilai signifikansi diperoleh nilai sebesar  $0.00 < 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli. Berdasarkan nilai  $t$  diketahui thitung sebesar  $7,84 > t$  tabel  $2,01$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli.

Constanta sebesar  $4,704$  mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel minat beli adalah  $4,704$ . Koefisiensi regresi  $X$  sebesar  $0,802$  menyatakan bahwa tiap penambahan  $1\%$  nilai kualitas produk maka nilai minat beli bertambah  $0,802$ , koefisiensi tersebut bernilai positif maka dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel  $X$  terhadap  $Y$  adalah positif. Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli, maka hipotesa yang diajukan diterima.

**Kata kunci:** SUA *coffeeshop*, kualitas produk, minat beli pelanggan.



## ABSTRACT

*This study was conducted to determine the effect of product quality in influencing customer buying interest at SUA coffeeshop. This research begins by looking at how big the impact of purchases at SUA coffeeshop and from these purchasing activities whether the quality of the existing products has a major impact on customer buying interest.*

*The method used in this study is a questionnaire technique by distributing questionnaires to respondents who have transacted and visited SUA coffeeshop. The indicators used are food taste, appearance, food texture, food temperature, coffee taste and coffee sour taste. Data were analyzed using SPSS program with descriptive quantitative analysis method.*

*The results of the study in terms of taste, appearance, texture, food temperature, and coffee taste and sour taste of coffee got the following results. Based on the significance value obtained a value of  $0.00 < 0.05$  so it can be concluded that the quality of the product has an effect on buying interest. Based on the  $t$  value, it is known that  $t_{count}$  is  $7.84 > t_{table}$  2.01 so it can be concluded that the product quality variable has an effect on buying interest.*

*Constanta of 4.704 means that the consistent value of the buying interest variable is 4.704. The  $X$  regression coefficient of 0.802 states that for every 1% addition to the value of product quality, the value of buying interest increases by 0.802, the coefficient is positive, so it can be said that the direction of the influence of the  $X$  variable on  $Y$  is positive. Product quality has an effect on purchase intention, so the proposed hypothesis is accepted.*

**Keywords:** *SUA coffeeshop, product quality, customer buying interest..*

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### A. Latar Belakang

Di masa sekarang ini, kebiasaan minum kopi tak hanya dilakukan di rumah saja namun juga kerap kali dilakukan di tempat lain, seperti warung kopi dan gerai-gerai kopi modern yang biasa disebut *coffee shop*.

Bahkan, kegiatan menyedap secangkir kopi di *coffee shop* langganan kini sedang menjadi tren. Pertumbuhan gerai-gerai kopi *modern* melonjak tinggi dan menjamur di berbagai daerah di Indonesia. Dikutip dari *Financial Times*, jumlah kedai kopi artisan dan gerai kopi di Indonesia meningkat dua kali lipat dalam lima tahun terakhir.

Bukan tanpa alasan, peningkatan jumlah kedai kopi ini dibarengi dengan adanya pergeseran budaya dalam mengonsumsi kopi. Terlepas dari banyaknya anggapan bahwa *coffee shop* hanya tren semata, nyatanya ‘ngopi’ di kedai dan gerai kopi tersebut malah menjadi kebiasaan baru di zaman serba modern ini.

Menurut data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) yang dilaksanakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2018, jumlah penduduk yang termasuk kategori pemuda adalah sebesar

63,82 juta jiwa. Jumlah tersebut merupakan seperempat dari total penduduk Indonesia.

Jika dilihat dari banyaknya jumlah pemuda tersebut, trend konsumsi kopi di kalangan pemuda berpotensi besar meningkatkan jumlah konsumsi kopi di Indonesia. Pernyataan tersebut didukung oleh data yang bersumber dari International Coffee Organization (ICO) yang menunjukkan adanya trend kenaikan konsumsi kopi di Indonesia. Pada tahun 2015 ICO merilis data pertumbuhan jumlah peminum kopi di Indonesia, yaitu sebesar 8%, lebih besar daripada pertumbuhan dunia yang hanya mencapai 6%.

Selaras dengan ICO, data Hasil Proyeksi Konsumsi Kopi di Indonesia yang dirilis oleh Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian yang dirilis pada tahun 2018 pun menunjukkan terjadinya peningkatan konsumsi kopi nasional selama 4 tahun terakhir. Rata-rata pertumbuhan konsumsi kopi nasional mencapai angka 2,49%.

Dengan meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia kota Yogyakarta pun juga ikut merasakan dampaknya, banyak kedai kopi yang mulai menjamur dikota pelajar ini. Banyaknya kaum milenial yang singgah di jogja menjadikan peluang yang sangat menggiurkan bagi para pembisnis untuk memulai mengembangkan kedai kopi,

mulai dari kedai kopi pinggiran hingga kedai kopi yang mengusung tema modern dengan alat yang modern juga, banyaknya para pembisnis yang bersaing memaksa mereka untuk memiliki strategi tersendiri untuk mempertahankan pelanggan setianya.

Salah satu yang ikut bersaing adalah *SUA coffe shop* yang terletak di Yogyakarta, tepatnya di jalan Kranji Serang No 8, Wonorejo, Sariharjo, kecamatan ngaglik, sleman, Yogyakarta

Kedai kopi ini berdiri pada tahun 2016 di sebuah kawasan gang kecil demangan. Mulanya *SUA coffee* ini berdiri disebuah rumah kontrakan didalam gang kecil di daerah demangan. Karena lokasinya yang cukup susah dijangkau ini *SUA coffee* akhirnya pindah keluar dari gang kecil tersebut dan bekerja sama dengan *WOOD PECKER pavilion*. Namun tidak terlalu bertahan lama *SUA coffee* memilih untuk pindah dan membuat tempat baru yang lebih nyaman di daerah ngaglik sleman Yogyakarta.

Pesatnya perkembangan *SUA coffee shop* tidak lepas dari pengaruh kualitas produk yang sua pertahankan. Mengusung tema minimalis *SUA* seakan memberikan suasana yang membuat pengunjung serasa dirumah sendiri, itulah keunggulan yang dimiliki oleh *SUA*, selain dari fasilitas yang diberikan. Produk yang dimiliki *SUA* pun jug diracik dengan sedemikian rupa, sehingga kualitas produk yang dimiliki oleh *SUA* tidak akan kita dapat di tempat lain.

*Houseblend* dari SUA sendiri adalah sebuah kunci untuk menjadi pembeda dari kedai kopi lain yang ada di Yogyakarta, sehingga terciptalah menu andalan mereka, yaitu kopi susu berSUA. Dari uraian beberapa latar belakang masalah tersebut maka dapat diajukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli di SUA *Coffee shop*”

#### B. Rumusan Masalah

Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli di SUA *coffeeshop*?

#### C. Batasan Masalah

Penulis kali ini akan meneliti SUA *coffee* sebagai objek penelitian, serta tinjauan yang akan diteliti adalah kualitas produk kopi susu berSUA dan produk makanan SUA *smokedmarry*. Untuk makanan hanya akan membahas teperatur, penampilan, tekstur, dan rasa. Sedangkan untuk minuman hanya pada *acidity* dan rasa kopi

#### D. Tujuan Penelitian

Tujuan kali ini penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas produk terhadap minat beli konsumen di SUA *coffee*

#### E. Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang

1. Bagi peneliti, memberikan pengetahuan dan wawasan tentang kualitas produk dalam menarik minat beli di *SUA coffee*
2. Bagi perusahaan, memberikan gambaran hasil mengenai pengaruh kualitas produk dalam menarik minat beli di *SUA coffee* sebagai bahan evaluasi.
3. Bagi masyarakat, memberikan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk dalam menarik minat beli di *SUA coffee* sebagai referensi pembuatan suatu bisnis usaha