

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, INOVASI PRODUK,  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
*COFFEE SHOP JANJI JIWA***

**SKRIPSI**



**Nama : Ahmad Rifki**

**Nim : 43118010111**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, INOVASI PRODUK,  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA *COFFEE SHOP* JANJI JIWA**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama : Ahmad Rifki

NIM : 43118010111

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2022**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Rifki  
NIM : 43118010111  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* Janji Jiwa  
Tanggal Sidang : 29 Maret 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04232291



Please Scan QRCode to Verify

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Rifki

NIM : 43118010111

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian Pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 03 Oktober 2022



Ahmad Rifki

43118010111

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* Janji Jiwa. Responden pada penelitian ini adalah konsumen Janji Jiwa di wilayah Meruya Selatan, Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan terhadap 190 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen Janji Jiwa di Jakarta Barat. Teknik analisis data digunakan dari *structural equation model* (SEM) yaitu *partial least square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Janji Jiwa, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Janji Jiwa dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Janji Jiwa. Oleh karena itu, penting bagi Janji Jiwa untuk meningkatkan kualitas pelayanan, inovasi produk, dan promosi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, Promosi, Keputusan Pembelian.



## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of service quality, product innovation, and promotion on the purchasing decision of Janji Jiwa. Respondents in this study were Promise Jiwa consumers in the South Meruya area, West Jakarta. This research was conducted on 190 respondents. Data was collected by distributing questionnaires to the head of the Janji Jiwa consumer in West Jakarta. The data analysis technique was used from the structural equation model (SEM), namely partial least square (PLS). The results of this study indicate that the service quality variable has a positive and significant effect on the Janji Jiwa purchasing decision, product innovation has a positive and significant impact on the Janji Jiwa purchasing decision and promotion has a positive and significant impact on the Janji Jiwa purchase decision. Therefore, it is important for Janji Jiwa to improve service quality, product innovation, and promotions to improve consumer purchasing decisions.*

*Keywords : Service Quality, Product Innovation, Promotion, Purchase Decision.*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* Janji Jiwa”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si,AK., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Ibu Dr. Aldina Shiratina , SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu dan nasihat - nasihat yang sangat bermanfaat demi

terselesaikannya skripsi ini.

5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak ilmu yang tak ternilai.
6. Kedua orang tua Bapak dan Ibu yang telah memberikan doa dan dukungan serta material maupun moral yang tiada henti kepada penulis
7. Seluruh teman-teman dan pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima Kasih atas bantuan, motivasi serta do'anya.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 03 Oktober 2022

Ahmad Rifki



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Kontribusi Penelitian .....	15
<b>BAB II</b> .....	<b>16</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>16</b>
A. Kajian Pustaka .....	16
1. Pemasaran.....	16
2. Manajemen Pemasaran .....	18
3. Keputusan Pembelian .....	19
4. Kualitas Pelayanan.....	26
5. Inovasi Produk .....	32
6. Promosi .....	35
B. Penelitian Terdahulu.....	38
C. Hubungan Antar Variabel.....	43
1. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian .....	43
2. Hubungan Inovasi Produk dengan Keputusan Pembelian.....	44
3. Hubungan Promosi Dengan Keputusan Pembelian.....	45

D. Pengembangan Hipotesis.....	47
<b>BAB III .....</b>	<b>49</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	49
1. Waktu Penelitian.....	49
2. Tempat Penelitian .....	49
B. Desain Penelitian.....	49
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	50
1. Definisi Variabel.....	50
2. Operasional Variabel .....	52
D. Pengukuran Variabel.....	54
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	55
1. Populasi .....	55
2. Sampel .....	56
F. Metode Pengumpulan Data .....	57
G. Metode Analisis Data.....	58
1. Uji Statistik Deskriptif.....	58
2. Asumsi Partial Least Square (PLS) .....	58
<b>BAB IV.....</b>	<b>63</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	64
1. Deskripsi Responden .....	65
2. Deskripsi Variabel .....	70
C. Metode Analisis Data Partial Least Square (PLS) .....	76
1. Pengujian Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	76
2. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	93
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	99
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	99
2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	100
3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	100
<b>BAB V .....</b>	<b>101</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>

A. Simpulan .....	101
B. Saran .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>107</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Prasurvey Konsumen Janji Jiwa .....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	52
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	55
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	65
Tabel 4. 2 Usia Responden .....	66
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden .....	67
Tabel 4. 4 Pendapatan Per Bulan Responden.....	68
Tabel 4. 5 Pekerjaan Responden .....	69
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan .....	70
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk.....	72
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	73
Tabel 4. 9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	74
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Convergent Validity .....	79
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi) .....	83
Tabel 4. 12 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading) .....	86
Tabel 4. 13 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion) .....	90
Tabel 4. 14 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	91
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha .....	92
Tabel 4. 16 Hasil Uji Nilai R-Square (R <sup>2</sup> ) .....	93
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis .....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara pengonsumsi kopi terbesar .....	4
Gambar 1. 2 Konsumsi Kopi Nasional .....	6
Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....	22
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual .....	46
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS .....	78
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi) .....	82
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping .....	98



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pra Survey .....	104
Lampiran 2 : Kuisisioner .....	110
Lampiran 3 : Hasil Karakteristik Responden .....	116
Lampiran 4 : Karakteristik Jawaban Responden.....	119
Lampiran 5 : Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) .....	123
Lampiran 6 : Evaluasi Model Struktural (Inner Model) .....	134

