

**PRODUK, TAMPILAN INTERIOR, DAN
PENGALAMAN BERTINDAK PENGARUHNYA
TERHADAP MINAT BELI ULANG KOPI JEPARA**

(Studi Pada Konsumen Kedai Coffee Jepara)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun oleh

AHMAD RUDIANTO

141110001403

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA**

2019

**PRODUK, TAMPILAN INTERIOR, DAN
PENGALAMAN BERTINDAK PENGARUHNYA
TERHADAP MINAT BELI ULANG KOPI JEPARA**

(Studi Pada Konsumen Kedei Coffee Jepara)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun oleh

AHMAD RUDIANTO

141110001403

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

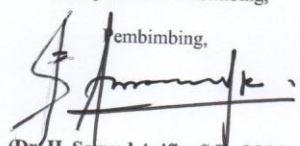
PRODUK, TAMPILAN INTERIOR, DAN PENGALAMAN BERTINDAK PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI ULANG KOPI JEPARA

(Studi Pada Konsumen Kedai Coffee Jepara)

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan dihadapan
tim penguji Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : Ahmad Rudianto
NIM : 141110001403
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing,

Pembimbing,

(Dr. H. Samsul Arifin, S.E., M.M.)
NIY. 1740719 99 134

Tanggal : 09 Maret 2019.

HALAMAN PENGESAHAN

**PRODUK, TAMPILAN INTERIOR, DAN PENGALAMAN
BERTINDAK PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI
ULANG KOPI JEPARA**

(Studi Pada Konsumen Kedai Coffee Jepara)

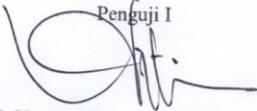
Nama : Ahmad Rudianto

NIM : 141110001403

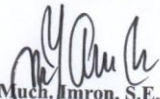
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji
Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul ulama Jepara.
Pada hari **Rabu**, tanggal **20 Maret 2019**.

Penguji I

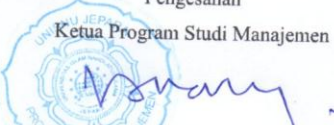

(Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si.)
NIY. 1 701015 97 013

Penguji II


(H. Much. Imron, S.E., M.M.)
NIY. 1 650802 97 011

Pengesahan

Ketua Program Studi Manajemen


(A. Khoirul Anam, SE., M.Si.)
NIY. 1 800421 06 041

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ALLAH TIDAK MEMBEBANI SESEORANG ITU MELAINKAN SESUAI
DENGAN KEMAMPUANYA. (QS.Al-Baqarah : 286)

THERE IS NO EASY WALK TO FREEDOM ANYWHERE, AND MANY OF
US WILL HAVE TO PASS THROUGH THE VALLEY OF THE SHADOW OF
DEATH, AGAIN AND AGAIN BEFORE WE WE REACH THE MOUNTAIN
TOP OF OUR DESIRES (Nelson Mandela)

*“Lebih Baik Kehilangan Sesuatu Demi Tuhan,
Daripada Kehilangan Tuhan Demi Sesuatu” (Ahmad Rudianto)*

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari program S-1 jurusan Manajemen. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata 1 (S-1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lainnya.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi berjudul: **“Produk, Tampilan Interior, Dan Pengalaman Bertindak Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang Kopi Jepara (Studi Pada Konsumen Kedai Coffee Jepara)”**
2. Saya juga mengakui dan menyadari bahwa hasil karya akhir ini, dapat di selesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu Bapak **Dr. H. Samsul Arifin, S.E., M.M.**

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 9 Maret 2019



Ahmad Rudianto

NIM 141110001403

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan bisnis *Coffee Shop*, salah satunya berkembangnya *Coffee Shop* di Kota Jepara. *Coffee Shop* merupakan perkembangan bisnis kedai kopi yang tren di masa sekarang dan sudah menjadi kebutuhan gaya hidup masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Produk, Tampilan Interior, dan Pengalaman Bertindak terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Kedei Coffee Jepara), dengan mengambil sampel responden melalui konsumen Kedei Coffee Jepara sebanyak 97 Konsumen. Jumlah sampel tersebut diambil menggunakan teknik *Non Probability Sampling* pengambilan secara acak. Variabel Independen penelitian ini adalah Produk (X_1), Tampilan Interior (X_2), dan Pengalaman Bertindak (X_3) serta Minat Beli Ulang sebagai Variabel Dependen (Y).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Produk dan Tampilan Interior tidak berpengaruh positif. Sedangkan variabel Pengalaman Bertindak berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang, dengan Nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari $> 0,025$ ($\alpha = \textit{alpha}$). Hasil uji secara parsial memiliki nilai t_{hitung} (5,475) lebih kecil dari $< t_{\text{tabel}}$ (1,98580). Sedangkan secara simultan Variabel Produk, Tampilan Interior, dan Pengalaman Bertindak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Dengan uji statistik F dengan nilai F_{tabel} yaitu $30,482 > 2,70$, untuk nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien Determinasi dalam penelitian ini yaitu 0,480. Hal ini berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 48,0% sedangkan sisanya 52,0% dijelaskan faktor lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : *Produk, Tampilan Interior, Pengalaman Bertindak, Minat Beli Ulang.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmatnya, dan tidak pula junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “**PRODUK, TAMPILAN INTERIOR, DAN PENGALAMAN BERTINDAK PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI ULANG KOPI JEPARA**” (Studi Pada **Konsumen Kedai Coffee Jepara**).

Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta bimbingan maupun petunjuk dan saran dari semua pihak. Maka dari itu penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini khususnya :

1. Bapak **Dr. H. Sa'dullah Assaidi, M.Ag.** selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
2. Bapak **H. Much Imron, S.E., M.M.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
3. Bapak **A. Khoirul Anam, S.E., M.Si.** selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
4. Bapak **Dr. H. Samsul Arifin, S.E., M.M.** selaku dosen yang berkenan memberikan saran serta kritik terselesainya karya tulis ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani Studi di UNISNU Jepara.
6. Staff dan seluruh karyawan yang bertugas di UNISNU Jepara yang telah membantu dalam melancarkan terselesainya Skripsi ini dengan baik.
7. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

8. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan support dan doanya, **Bapak Sudiyono** dan **Ibu Siswati**, dan juga kepada adik laki-laki penulis **Muhammad Lutfi Andreyanto**.
 9. Kepada rekan berjuang Shalma Octaviana Putri, dan teman-teman mahasiswa organisasi PMII R.A Kartini, BEM UNISNU, HMPS Manajemen dan LPM Ekonomika yang telah membantu penulis dan semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan karya tulis ini.
 10. Kepada Owner Kedai Coffee Bapak Afif Panca Prasetyawan yang telah memberikan izin dan dukungannya serta wawasannya kepada penulis selama melakukan observasi.
 11. Serta seluruh pihak yang membantu dalam penyusunan Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan karya tulis ini masih terdapat banyak kekurangan, kritik serta saran yang sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang, maka penulis mengucapkan terima kasih yang tak terkira, semoga karya tulis ini dapat berguna bagi pembaca.
- Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jepara, 9 Maret 2019

Penulis

Ahmad Rudianto
NIM 141110001403

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup	12
1.3. Rumusan Masalah	13
1.4. Batasan Masalah.....	13
1.5. Tujuan Penelitian.....	14
1.6. Manfaat Penelitian.....	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1. Landasan Teori	17
2.1.1. Konsep Pemasaran	17
2.1.2. Minat Beli Ulang.....	18
2.1.3. Produk	19
2.1.4. Tampilan Interior	21
2.1.5. Pengalam Bertindak	22
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	27
2.4. Perumusan Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Variabel penelitian dan Definisi operasional variabel.....	30
3.1.1. Variabel penelitian	30
3.1.2. Definisi Operasional Variabel.....	30
3.2. Jenis dan Sumber Data	32
3.2.1. Jenis Data	32
3.2.2. Sumber Data.....	32
3.3. Populasi, Sampel, Ukuran Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel .	32
3.3.1. Populasi	32
3.3.2. Jumlah Sampel	33

3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.4.	Metode Pengumpulan Data	34
3.5.	Metode Pengolahan Data Penelitian.....	35
3.5.1.	Editing.....	35
3.5.2.	Scoring	36
3.5.3.	Coding.....	36
3.5.4.	Tabulating	36
3.6.	Metode Analisis.....	36
3.6.1.	Uji Validitas	36
3.6.2.	Uji Reliabilitas	37
3.6.3.	Uji asumsi klasik.....	37
3.6.4.	Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.6.5.	Uji Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.1.	Gambaran Umum Kedei Coffee Jepara	44
4.2.	Deskripsi Responden.....	45
4.2.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	46
4.2.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Status.....	47

4.2.4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
4.2.5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	49
4.2.6.	Deskripsi Responden Berdasarkan Kunjungan.....	50
4.3.	Diskripsi Variabel.....	50
4.3.1.	Variabel Produk.....	51
4.3.2.	Variabel Tampilan Interior.....	52
4.3.3.	Variabel Pengalaman Pribadi.....	54
4.1.1.	Variabel Minat Beli Ulang.....	55
4.2.	Analisis Data.....	57
4.2.1.	Uji Validitas.....	57
4.2.2.	Uji Reabilitas.....	58
4.3.	Uji Asusmi Klasik.....	59
4.3.1.	Uji Normalitas.....	59
4.3.2.	Uji Heteroskedastitas.....	61
4.3.3.	Uji Multikolonieritas.....	64
4.4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.5.	Koefisien Determinasi.....	66
4.6.	Uji Hipotesis.....	67
4.6.1.	Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	67
4.6.2.	Uji Signifikan Parsial (Uji-t).....	69

4.7. Pembahasan	73
4.7.1. Pengaruh Produk Terhadap Minat Beli Ulang Kopi Jepara.....	73
4.7.2. Pengaruh Tampilan Interior Terhadap Minat Beli Ulang	75
4.7.3. Pengaruh Pengalaman Bertindak Terhadap Minat Beli Ulang	76
4.7.4. Pengaruh Produk, Tampilan Interior, Pengalaman Bertindak Terhadap Minat Beli Ulang.....	78
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 80
5.1. Kesimpulan	80
5.2. Saran.....	81
 DAFTAR PUSTAKA	 83
 LAMPIRAN LAMPIRAN	 85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Coffee Shop</i> Di Jepara 2015-2017.....	3
Tabel 1.2 <i>Coffee Shop</i> Di Jepara Menggunakan Kopi Jepara 2015-2017.....	4
Tabel 1.3 Penjualan Produk Kopi Kedei Coffee Tahun 2017.....	6
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.2 Skala Likert.....	35
Tabel 4.1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	45
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Status.....	47
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	49
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Kunjungan.....	50
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Produk.....	51
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tampilan Interior.....	53
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengalaman Bertindak... ..	54
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli Ulang.....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas.....	58
Tabel 4.14 Kolmogorov Smirnov.....	61
Tabel 4.15 Uji Glejser.....	63
Tabel 4.16 Uji Multikoloieritas.....	64

Tabel 4.17 Hasil Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.18 Nilai Koefisien Determinasi.....	67
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	68
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	69
Tabel 4.21 Ihtisar Hasil Penelitian.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	27
Gambar 3.1 Uji F.....	42
Gambar 3.2 Uji t.....	43
Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plot.....	60
Gambar 4.2 Scatterplot Uji Heteroskedastitas.....	62
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan Uji F.....	69
Gambar 4.4 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 1	70
Gambar 4.5 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 2	71
Gambar 4.6 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 3	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	86
Lampiran 2. Tanggapan Responden.....	89
Lampiran 3. Deskripsi Responden	92
Lampiran 4. Deskripsi Variabel	94
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	99
Lampiran 6. Uji Normalitas	101
Lampiran 7. <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	102
Lampiran 8. Uji Heteroskedastitas	103
Lampiran 9. Uji Multikolonieritas	104
Lampiran 10. Analisis Regresi Linier Berganda.....	105
Lampiran 11. Koefisien Determinasi	106
Lampiran 12. Uji F.....	107
Lampiran 13. Uji t.....	108
Lampiran 14. Tabel r.....	109
Lampiran 15. t Tabel.....	110
Lampiran 16. F Tabel.....	111
Lampiran 17. Surat Balasan Riset.....	112
Lampiran 18. Surat Keterangan Plagiarisme	113