

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KAKTUS COFFEE PLACE YOGYAKARTA
SKRIPSI**



Disusun oleh:

Helen Suwendi

NIM: 21.92.0314

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KAKTUS COFFEE PLACE YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi SI Kewirausahaan



Disusun oleh:

Helen Suwendi

NIM: 21.92.0314

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KAKTUS COFFEE PLACE YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Helen Suwendl

21.92.0314

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal
1 Desember 2025

Dosen Pembimbing,



Tanti prita Hapsari,S.E.,M.Si

NIK. 190302303

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KAKTUS COFFEE PLACE YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Helen Suwendi

21.92.0314

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Reza Widhar Pahlevi, SE., MM.,CSA.

NIK. 190302587

Yusuf Amri Amrullah, SE.,M.M

NIK. 190302308

Nurhayanto, SE.MBA

NIK. 190302578

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis (S. Bns)

24 Desember 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.,Ph.D.

NIK.190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 18 Oktober 2025



Helen Suwendi

21.92.0314

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai kewajiban mahasiswa. Sholawat serta salam saya haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang seperti saat ini. Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya, yang selalu memberikan kasih sayang tanpa henti, dukungan penuh, serta teladan yang tak ternilai. Terima kasih atas segala doa, kesabaran, dan semangat yang telah menjadi kekuatan besar dalam perjalanan hidup saya. Semoga langkah kecil ini dapat menjadi kebanggaan dan sedikit balasan atas semua kebaikan yang telah diberikan.
2. Untuk saudara kandung dan keluarga besar saya, yang telah banyak membantu, memberi dukungan, nasihat, dan semangat selama masa perkuliahan ini. Terima kasih untuk semua perhatian, doa, dan bantuan yang tidak pernah putus.
3. Ibu Tanti Priya Hapsari, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, ilmu, masukan, serta kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu dan ketulusan dalam membimbing penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi SI Kewirausahaan, yang telah memberikan banyak ilmu, pelajaran hidup, serta pengalaman berharga selama menjalani masa perkuliahan di Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Keluarga besar Universitas Amikom Yogyakarta, yang selalu memberi semangat dan lingkungan pembelajaran yang membuat penulis terus berkembang menjadi lebih baik.
6. Pasangan saya, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, doa, dan ketenangan selama proses ini. Terima kasih sudah menjadi tempat bercerita, tempat kembali ketika lelah, serta teman yang setia menemani setiap langkah. Semoga kebaikanmu dibalas Allah SWT dan semoga kita bisa meraih impian bersama.
7. Seluruh teman-teman saya, yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang selalu mengingatkan, menyemangati, membantu, menemani, dan memberi warna dalam perjalanan akademik ini. Terima kasih untuk semua dukungan dan kebaikan yang telah diberikan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kaktus Coffee Place Yogyakarta". Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta umatnya hingga akhir zaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, doa, dan motivasi kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan, kemudahan, dan kelancaran dalam setiap proses penulisan skripsi ini.
2. Orang tua saya , yang selalu memberikan perhatian, semangat, dan doa terbaik sehingga penulis mampu bertahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
3. Kakak dan seluruh keluarga, yang selalu memberikan dukungan moral, motivasi, serta doa dalam setiap langkah pendidikan penulis.
4. Ibu Tanti Priya Hapsari, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti bagi penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi S1 Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta, yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, serta pengalaman berharga selama masa perkuliahan. Seluruh responden penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

6. Pasangan saya yang selalu memberikan dukungan, motivasi, doa, serta menjadi tempat penulis bersandar ketika menghadapi kesulitan.

7. Seluruh teman-teman saya, yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama menjalani perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penelitian.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
SUMMARY	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Bauran Pemasaran	9
2.1.2.1 Produk	10
2.1.2.2 Harga	11
2.1.2.3 Tempat	13
2.1.2.4 Promosi	14
2.1.3 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	15

2.1.3.1 Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	16
2.1.3.2 Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.1.3.3 Tempat Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.1.3.4 Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.5 Bauran Pemasaran Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan.....	24
2.2 Kerangka berpikir	26
2.3 Hipotesis penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3 Sumber Data.....	29
3.3.1 Data Primer.....	29
3.3.2 Data Sekunder.....	30
3.3.3 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	30
3.4 Populasi Dan Sampel	30
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Sampel	31
3.5 Teknik Sampling	32
3.6 Variabel Penelitian.....	33
3.6.1 Variabel Independen.....	33
3.6.2 Variabel Dependen (Y).....	34
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.8 Teknik Pengujian Instrumen	38
3.8.1 Uji Validitas.....	38

3.8.2 Uji Reliabilitas	38
3.9 Uji Asumsi Klasik	39
3.9.1 Uji Normalitas	39
3.9.2 Uji Multikolonearitas	39
3.9.3 Uji Heteroskedasitistas	40
3.10 Metode Analisis Data	40
3.10.1 Analisis Deskriptif	40
3.10.2 Analisis Linier Regresi Berganda	41
3.11 Uji Hipotesis	41
3.11.1 Uji T (Parsial)	41
3.11.2 Uji F (Simultan)	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.1 Sejarah Umum Kactus	43
4.1.2 Visi Misi	44
4.1.3 Struktur Organisasi	44
4.2 Analisis Deskriptif	45
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	48
4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reliabilitas	50
4.4 Uji Asumsi Klasik	52
4.4.1 Uji Normalitas	52
4.4.2 Uji Multikolinearitas	53
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	54
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis	56

4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.5.2 Uji Parsial (Uji T)	57
4.5.3 Uji Simultan (Uji F).....	59
4.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R).....	60
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	61
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	77

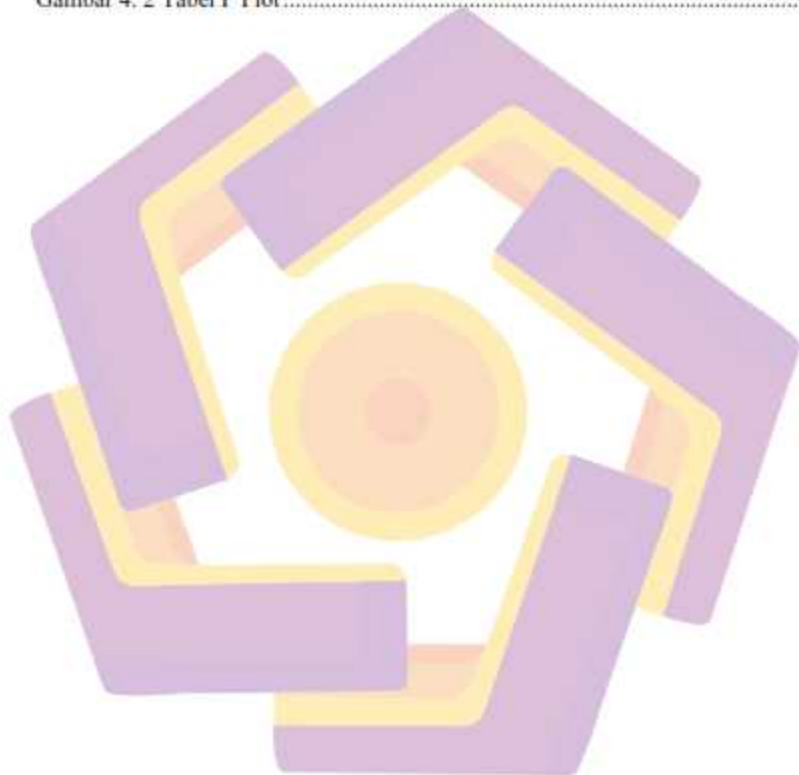


DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4. 1 Hasil Pembagian Kuesioner	45
Tabel 4. 2 Data Jenis Kelamin Responden.....	46
Tabel 4. 3 Data usia responden	47
Tabel 4. 4 Hasil Pretest Uji Validitas	48
Tabel 4. 5 Sampel Besar.....	49
Tabel 4. 6 Hasil Pretest Reabilitas Sampel Kecil.....	51
Tabel 4. 7 Hasil Pretest Reabilitas Sampel Besar	51
Tabel 4. 8 Tabel multikolineritas	54
Tabel 4. 9 Tabel Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	26
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Kaktus & Coffee	44
Gambar 4. 2 Tabel P Plot.....	52



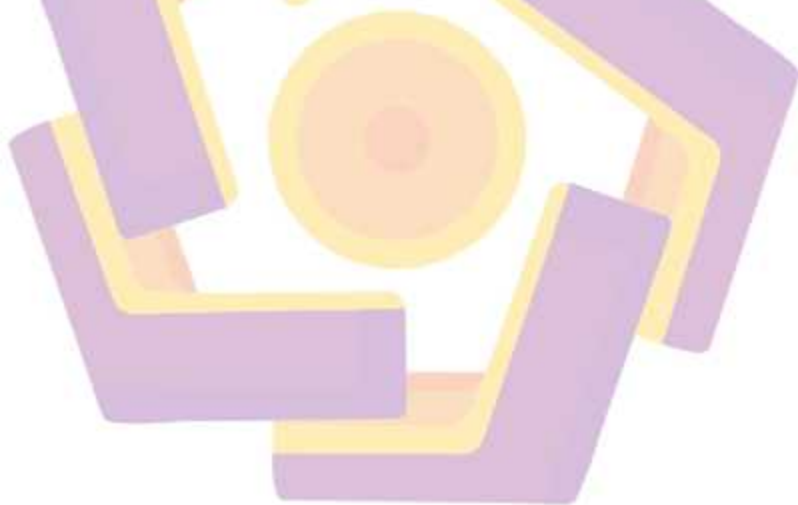
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	77
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 3 Tabulasi Responden Penelitian.....	83
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	98
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	99
Lampiran 6 Uji Normalitas	100
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas.....	101
Lampiran 8 Uji Heteroskedestisitas	101
Lampiran 9 Autokorelasi.....	101
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	102
Lampiran 11 Uji Parsial (Uji T).....	102
Lampiran 12 Uji Simultan (F).....	102
Lampiran 13 Uji Koefisien Determinasi (R).....	103

SUMMARY

This study aims to analyze the effect of product, price, place, and promotion on consumer purchase decisions at Kaktus Coffee Place Yogyakarta. This research uses a quantitative approach with a non-probability sampling technique through purposive sampling. The population of this study consists of consumers who have made purchases at Kaktus Coffee Place, with a total sample of 101 respondents. Data were collected through questionnaires distributed both online and offline. Data analysis was conducted using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS. The results indicate that product, price, place, and promotion have a significant effect on purchase decisions, both partially and simultaneously. These findings indicate that effective management of the marketing mix plays an important role in influencing consumer purchase decisions. Therefore, the results of this study are expected to serve as a consideration for the management of Kaktus Coffee Place in formulating more appropriate and competitive marketing strategies.

Keywords: product, price, place, promotion, purchasing decision.



RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk, harga, tempat, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kaktus Coffee Place Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik non-probability sampling melalui metode purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Kaktus Coffee Place, dengan jumlah sampel sebanyak 101 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarikan secara online dan offline. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengelolaan bauran pemasaran yang efektif berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen Kaktus Coffee Place dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat dan berdaya saing.

Kata kunci : produk, harga, tempat, promosi, keputusan pembelian.

