

## PENGARUH KEMASAN & HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN COFFEE DI CAFE CYCLO SIDOARJO

Rischa Juliana<sup>1</sup>, I Ketut Surabagiarta<sup>2</sup>, Evita Purnaningrum<sup>3</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>  
[rischajulia.111@gmail.com](mailto:rischajulia.111@gmail.com)

### ABSTRAK

Dijelaskan penelitian ini untuk meneliti pada minuman coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo. Populasi konsumen di Cafe Cyclo Sidoarjo, dengan menyebarkan kuesioner dengan jumlah sampel 112 responden. Sampel teknik non probability pendekatan Accidental Sampling. Dijelaskan  $t_{hitung}$  kemasan sebesar 4.559 serta sig. ,000, Dijelaskan  $t_{hitung}$  keputusan pembelian 3.937 serta sig. ,000, Dijelaskan  $f_{hitung}$  23.477 serta sig. ,000. Disimpulkan semua variabel dibuktikan kebenrannya secara parsial serta simultan dengan positif serta signifikan di coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo.

Kata Kunci: Kemasan, Harga dan Keputusan Pembelian.

### ABSTRACT

This study explained to examine the coffee drinks at Cyclo Sidoarjo Cafe. Consumer population in Cyclo Sidoarjo Cafe, by distributing questionnaires with a sample of 112 respondents. Sample non-probability technique of the Accidental Sampling approach. The packaging count was 4,559 and sig. , 000, Explained t arithmetic purchasing decisions 3,937 as well as sig. , 000, Explained fcount 23.477 and sig. , 000. It was concluded that all variables were proved partially and simultaneously with positive and significant truth in coffee at Cyclo Cafe, Sidoarjo.

Keyword:Packaging, Prices and Purchase Decisions.

### Pendahuluan

#### Latar Belakang

Melihat kegiatan ekonomi di sektorn bisnis kopi mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Tren mengkonsumsi kopi telah berkembang menjadi gaya hidup dimasyarakat khususnya yang sedang terjadi pada saat ini pada masyarakat di Sidoarjo. Dengan berkembangnya zaman perilaku atau gaya hidup (lifestyle) masyarakat di Sidoarjo mengalami perubahan gaya hidup. Dunia bisnis telah menjadi tren saat ini, banyaknya usaha bermunculan menjadi sektor bisnis semua bidang dapat menjanjikan. Tugas seorang pengusaha ialah bagaimana strategi dalam menjalankan bisnis bisa berjalan dalam jangka panjang. Pebisnis harus pandai memutar otak serta pandai dalam mengatur manajemen yang dimiliki semaksimal mungkin dalam menghadapi serta melewati segala resiko yang ada. Resiko bisnis selalu ada, tiap usaha memiliki jenis resiko serta masalah yang berbeda. Hal ini dibutuhkan analisis serta riset yang mendalam bagi seorang pebisnis. Menjadi seorang pebisnis harus memiliki visi berwirausaha yang kompeten dan terbuka. Hal ini akan menjadi dasar seorang pebisnis dalam menghadapi segala hal kedepannya

Dalam kurun waktu lima tahun terakhir kebiasaan orang nongkrong kedai kopi makin meningkat minat pada masyarakat, inilah yang membuat bisnis cafe semakin banyak di berbagai kota. Dibanyak kota kedai kopi juga memiliki fungsi yang luas tak sekedar menikmati kopi namun menjadikan ruang pertemuan, tempat rekreasi, berswa foto dengan konsep yang unik dan instagramable bahkan menjadi kesepakatan bisnis. (Kahfi Dirga Cahaya, 10/11/2017. Kompas.com, diakses pada 05 November 2019)

Dengan tren yang berkembang sekarang kopi dikemas dengan kemasan cup plastic yang memudahkan untuk dibawa kemana-mana serta nilai yang terkandung dalam desain kemasan sesuai dengan konsep saat ini. Cafe Cyclo terjangkau, kelengkapan produk serta tempat yang ditawarkan sangat unik dan suasana rooftop yang nyaman guna menarik perhatian ketertarikan pelangganyang ditawarkan oleh Cyclo untuk menjawab kebutuhan konsumen.

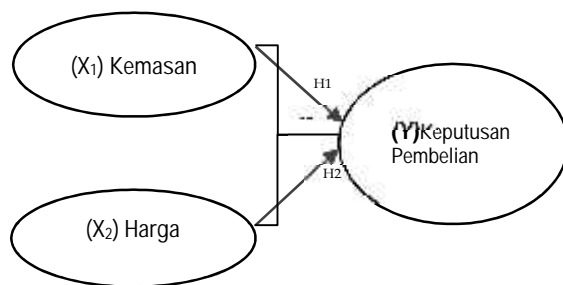
### Rumusan Masalah

Dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian minuman coffee di CafeCyclo Sidoarjo?
2. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian minuman coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo?
3. Adakah pengaruh kemasan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian minuman coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo?

### Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual peneliti ini sebgai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan:

- : Pengaruh Parsial (X<sub>1</sub>) Kemasan dan Harga (X<sub>2</sub>) terhadap keputusan pembelian minuman Coffeedi Cafe Cyclo Sidoarjo
- - - : Pengaruh Simultan (X<sub>1</sub>) Kemasan dan Harga (X<sub>2</sub>) terhadap keputusan pembelian (Y) minuman Coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo

## METODE

Dijelaskan penelitian memakai pendekatan kuantitatif, jenis data yang dipakai ialah data subjek. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dengan data primeryaitu data yang dikumpulkan secara langsung yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner.

Penelitian dilakukan di Cafe Cyclo Sidoarjo. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Cafe Cyclo Sidoarjo untuk pengambilan sampel dengan tehnik Non Probabilitas dengan pendekatan Accidental Sampling, karena siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel dan sumber data. Jumlah sampel yang yang digunakan 112 responden.

Teknik analisis data menggunakan penilaian instrument uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik: Uji normalitas, Uji multikolinearitas, Uji heteroskedasitas. Analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 24. Uji hipotesis: Uji t, Uji F.

## HASIL

### 1. Hasil Uji Instrumen

#### a. Uji validitas

Tabel 1  
Uji Validitas

Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
VARIABEL KEMASAN			
Item 1	,763	,3	Vallid
Item 2	,762	,3	Vallid
Item 3	,807	,3	Vallid
Item 4	,779	,3	Vallid
Item 5	,697	,3	Vallid
Item 6	,854	,3	Vallid
Item 7	,849	,3	Vallid
Item 8	,837	,3	Vallid
Item 9	,814	,3	Vallid
Item 10	,861	,3	Vallid
VARIABEL HARGA			
Item 1	,915	,3	Vallid
Item 2	,868	,3	Vallid
Item 3	,764	,3	Vallid
Item 4	,762	,3	Vallid
Item 5	,916	,3	Vallid
Item 6	,897	,3	Vallid
Item 7	,946	,3	Vallid
Item 8	,922	,3	Vallid
VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN			
Item 1	,857	,3	Vallid
Item 2	,923	,3	Vallid
Item 3	,903	,3	Vallid
Item 4	,891	,3	Vallid
Item 5	,872	,3	Vallid
Item 6	,925	,3	Vallid
Item 7	,818	,3	Vallid

Item 8	,881	,3	Vallid
Item 9	,831	,3	Vallid
Item 10	,856	,3	Vallid

Dijelaskan pengujian uji validitas di atas diketahui nilai koefisien korelasi ( $r_{hit}$ ) lebih besar dari 0,30 pada setiap item maka dikatakan valid

Tabel 2  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil	Nilai kritis	Keterangan
Kemasan	0,938	0,6	reliabel
Harga	0,954	0,6	reliabel
Keputusan Pembelian	0,966	0,6	reliabel

Dari hasil perhitungan pada uji reliabilitas diatas diketahui nilai alpha Cronbach lebih besar dari 0,60. Sesuai dijelaskan seluruh item instrumen penelitian ini telah terbukti reliabel

## 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

### Uji normalitas

Dijelaskan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,095 nilai ini lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

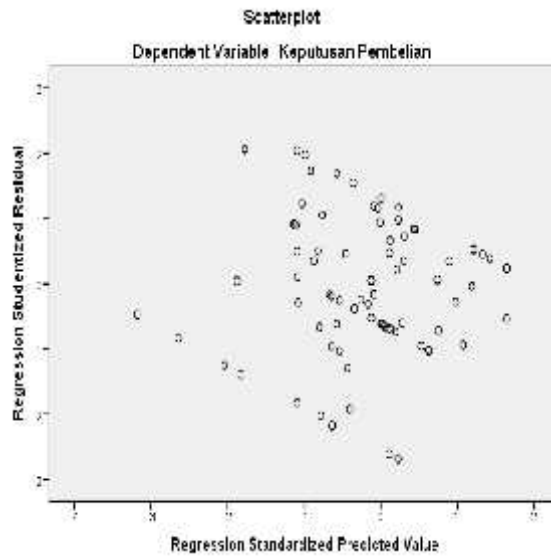
### Uji multikolinearitas

Tabel 3  
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	(Constant)	
	Kemasan	.948 1.055
	Harga	.948 1.055

Dari hasil tabel 3 diketahui nilai angka tolerance diatas (>) 0,1 dan nilai VIF dibawah (<) 10 hal ini berarti tidak ada kesamaan antar variabel bebas.

### Uji heteroskedastisitas



Gambar 2.

uji heterokedasitas

Dijelaskan gambar diatas diketahui tidak ada pola yang jelas, serta titik –titik menyebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedasitas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4  
 Hasil regresi linear berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	14.957	4.147
	Kemasan	.388	.085
	Harga	.360	.092

$$Y = 14,957 + 0,388X_1 + 0,360X_2 + +$$

Keterangan :

Y = variabel keputusan pembelian

X<sub>1</sub> = variabel kemasan

X<sub>2</sub> = variabel harga

X<sub>n</sub> = variabel bebas ke-n

a = nilai konstanta

b<sub>1</sub> b<sub>2</sub> = koefisien regresi variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub>

= variabel pengganggu (error)

Tabel 5  
Hasil Uji t

Model	T	Sig.
1 (Constant)	3.606	.000
Kemasan	4.559	.000
Harga	3.937	.000

Dari tabel diatas menunjukkan hasil pengujian secara parsial berikut ini penjelasan uji t:

1. Pada variabel Kemasan (X1), nilai signifikansi  $0.000 < 0,05$  yang artinya variabel Kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo.
2. Pada variabel Harga (X2), nilai signifikansi  $0.000 < 0,05$  yang artinya variabel Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo

Tabel 6  
Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	23.477	.000 <sup>b</sup>
Residual		
Total		

Dijelaskan hasil uji F pada tabel diatas diketahui nilai Sig.  $< 0,05$  maka dapat diartikan kemasan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian minuman coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo.

## SIMPULAN

Diejelaskan sesuai pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dijelaskan adanya pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian minuman coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo hal ini berarti semakin menarik tulisan pada kemasan akan berdampak kepada keputusan pembelian untuk itu hipotesis yang menyatakan kemasan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat di terima.

2. Dijelaskan adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian minuman coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo hal ini berarti semakin terjangkau harga yang ditetapkan akan membuat konsumen untuk membeli produk, untuk itu hipotesis yang menyatakan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo dapat diterima.
3. Dijelaskan adanya pengaruh Kemasan & harga secara simultan terhadap keputusan pembelian minuman coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo hal ini berarti semakin menarik kemasan dan harga yang terjangkau akan membuat konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap produk minuman coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo.

ii.

#### IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian minuman coffee di Cafe Cyclo Sidoarjo. Pada variabel kemasan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian tetapi faktor ini tetap harus diperhatikan dan ditingkatkan oleh owner Cafe untuk lebih mempengaruhi pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian. Salah satu indikator tipografi yang perlu ditingkatkan oleh owner agar selalu terupdate dan kekinian.

Pada variabel harga owner harus tetap mempertahankan dengan harga yang terjangkau namun tetap menjaga kualitas setiap menu makanan dan minumannya, sebab variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

#### KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan pada penelitian ini dalam menggunakan kuesioner terkadang responden menjawab tidak sesuai dengan yang diberikan dalam menunjukkan keadaan yang sesungguhnya atau tidak konsisten dalam menjawab. Serta membatasi variabel hanya menganalisa kemasan & harga terhadap keputusan pembelian. Serta keterbatasan lain ialah waktu penelitian serta dana yang digunakan untuk melakukan penelitian.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: penerbit Alfabeta.
- Darmawan (2008). Kebutuhan Dasar Manusia. Jakarta : Salemba Medika.
- Gujarati, D.N.,2012, Dasar-dasar Ekonometrika, Terjemahan Mangunsong, R.C., Salemba Empat, buku 2, Edisi 5, Jakarta.
- Kahfi Dirga Cahaya, 10 November 2017. Budaya Nongkrong di Kedai Kopi Yang Tak Pernah Pudar. (05 Oktober 2019)

<https://lifestyle.kompas.com/read/2017/11/10/081400420/budaya-nongkrong-di-kedai-kopi-yang-tak-pernah-pudar>

Klimchuk, Marianne dan Sandra A. Krasovec. 2003. Desain Kemasan. Jakarta: Erlangga

