

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA KOPI
KELILING DI KOTA CILEGON**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Kelulusan Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains, Teknologi dan Kesehatan
Universitas Sahid Surakarta**



Disusun Oleh:

IMAM NUR ARIFIN

NIM. 2023053001

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS SAINS, TEKNOLOGI, DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA KOPI KELILING DI KOTA CILEGON

Proposal tugas akhir telah disetujui untuk disusun dan
di tindaklanjuti pada tanggal

09 Juli 2026

Disusun oleh:

IMAM NUR ARIFIN

NIM. 2023053001

Pembimbing I



Erna Indriastiningsih, S.T., M.T.

NIDN. 0616057702

Pembimbing II



Anita Oktaviana Trisha Devi, S.T., M.T.

NIDN. 0619108802

Mengetahui

Ketua Program Studi



Ir. Yunita Primasanti, S.T., M.T.

NIDN. 0616057702

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA KOPI KELILING DI KOTA CILEGON

Disusun Oleh:

IMAM NUR ARIFIN

NIM. 2023053001

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh dewan penguji skripsi Program Studi
Teknik Industri Fakultas Sains, Teknologi Dan Kesehatan
Universitas Sahid Surakarta

Pada hari...Jumat.....tanggal...31 Juli 2026

Dewan Penguji

Penguji 1 Erna Indriastiningsih, S.T., M.T.
NIDN. 0619108802

Penguji 2 Anita Oktaviana Trisna Devi, S.T., M.T.
NIDN. 0619108802

Penguji 3 Bkti Nugrahadi, S.T., M.T.
NIDN. 0630109501

()
()
()

Mengetahui

Kepala Program Studi

Dekan Fakultas

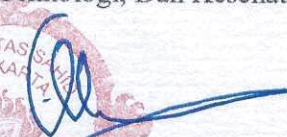
Teknik Industri

Sains, Teknologi, Dan Kesehatan



Ir. Yunita Primasanti, S.T., M.T.

NIDN. 0616057702


Apt. Ahwan S. Farm., Sc
NIDN: 0626088401

LEMBAR ORISINALITAS

ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya mahasiswa program studi Teknik Industri Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Imam Nur Arifin

NIM : 2023053001

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan

Judul : Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Kopi Keliling di Kota Cilegon

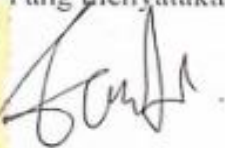
Adalah benar-benar karya saya susun pribadi. Apabila terbukti bahwa ternyata saya melakukan tindakan menyalin dan meniru tulisan karya orang lain, seolah-olah hasil dari pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Sahid Surakarta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti melakukan kecurangan atau kebohongan, maka saya siap menanggung segala konsekuensinya.

Cilegon, 19 Agustus 2026

Yang menyatakan





Imam Nur Arifin

NIM. 2023053001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Sahid Surakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Imam Nur Arifin

NIM : 2023053001

Program Studi : Teknik Industri

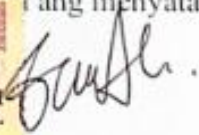
Fakultas : Sains, Teknologi, dan Kesehatan

Jenis Karya : Skripsi

Demikian Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta hak ebbas royalty noneksklusif (non eksklusive royalty free right) atas skripsi saya berjudul :

Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Kopi Keliling di Kota Cilegon. Beserta instrumen/desain, perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (author) dan pembimbing sebagai co-author atau pencipta dan juga sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguhnya secara sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Cilegon, 19 Agustus 2026

Yang menyatakan

Imam Nur Arifin

NIM. 2023053001

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA KOPI KELILING DI KOTA CILEGON”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar sarjana Program Studi Teknik Industri Universitas Sahid Surakarta. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberi dukungan, semangat dan bimbingannya kepada penulis. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orangtua ibu dan ayah, terutama ibu terimakasih telah selalu memberikan doa, support, kasih sayang untuk penulis menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Ibu Sri Huning Anwariningsih, S.T., M.Kom., selaku Rektor Universitas SahidSurakarta.
3. apt. Ahwan, S.Farm., Sc selaku Dekan Fakultas Sains, Teknologi, dan Kesehatan, Universitas Sahid Surakarta.
4. Ibu Ir. Yunita Primasanti, S.T., M.T. selaku ketua program studi Teknik Industri
5. Ibu Erna Indriastiningsih, S.T., M.T. dan Ibu Anita Oktaviana Trisna Devi, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah berkenan memberikan waktu, petunjuk serta arahan selama proses penyusunanskripsi ini dengan baik.
6. Ibu Anita Oktaviana Trisna Devi, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing Akademik atas segala bantuan dan bimbingan yang diberikan.
7. Bapak dan Ibu dosen program Studi Teknik Industri
8. Seluruh teman – teman saya yang telah banyak membantu selama proses penelitian pengambilan data sehingga banyak memberi masukan dan bimbingan selama proses penelitian.

9. Untuk diri sendiri, terimakasih telah bertahan sejauh ini dan tidak menyerah walaupun banyak sekali rintangannya dan selalu semangat untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk perbaikan penulisan di kemudian hari. Terakhir penulis mengharapkan semoga laporan ini dapat bermanfaat untuk semua pembaca. Terimakasih.

Cilegon, 9 Juni 2026



Imam Nur Arifin



MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan

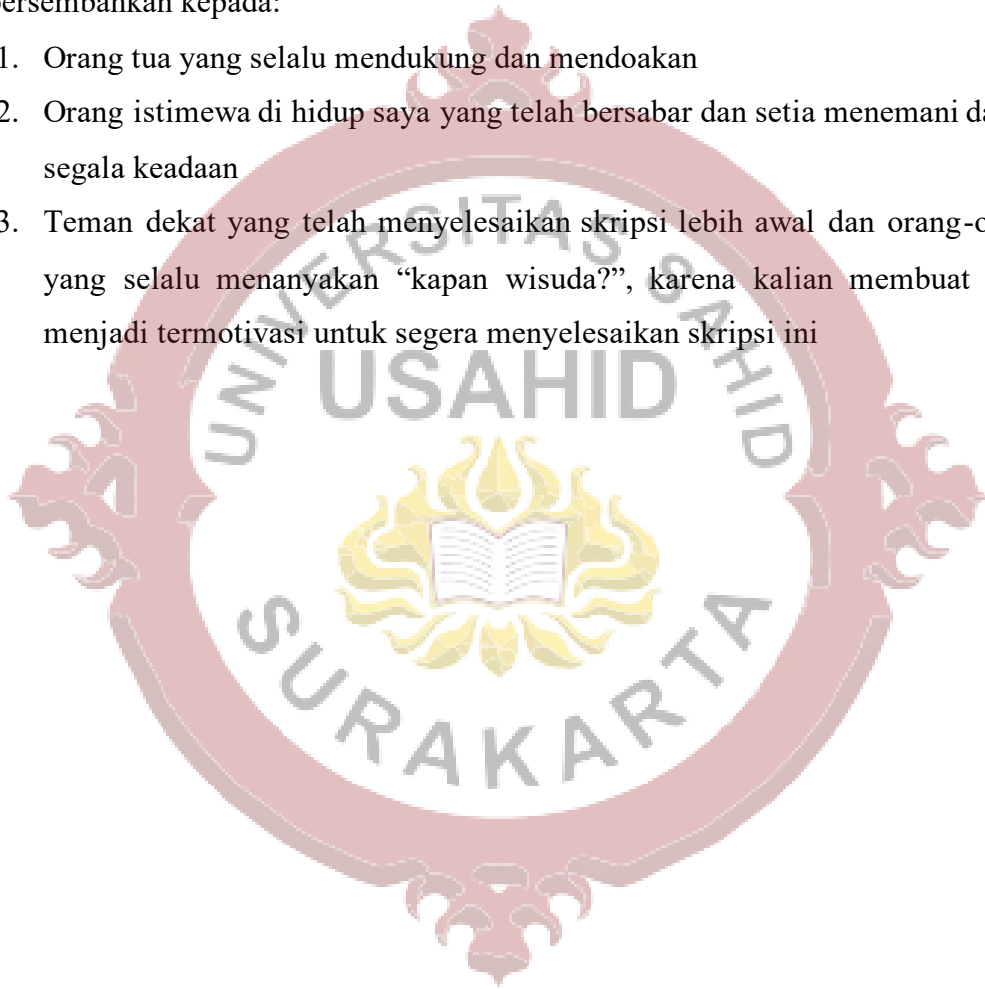
(Q.S. Al-Insyirah: 6)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadiran Allah SWT, Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan
2. Orang istimewa di hidup saya yang telah bersabar dan setia menemani dalam segala keadaan
3. Teman dekat yang telah menyelesaikan skripsi lebih awal dan orang-orang yang selalu menanyakan “kapan wisuda?”, karena kalian membuat saya menjadi termotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS KARYA ILMIAH	iv
LEMBAR PERYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
MOTTO.....	v
Halaman Persembahan	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Asumsi Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Minat Beli Konsumen	8
2.2 Harga	9
2.3 Lokasi	9
2.4 Kualitas Produk	10

2.5	Perilaku Konsumen	11
2.6	Analisis Regresi Linear Berganda	11
2.7	Penelitian Terdahulu.....	12
2.8	Kerangka Berfikir	14
2.9	Hipotesis	14
2.10	Instrumen Penelitian.....	17
2.11	Teknik Analisis Data	18
2.11.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	18
2.11.2	Uji Asumsi Klasik.....	18
2.11.3	Uji Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN.....		20
3.1	Diagram Alur Penelitian.....	20
3.2	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	22
3.3	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
3.4	Populasi dan Sampel.....	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data	24
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		26
4.1	Karakteristik Responden	26
4.1.1	Jenis Kelamin Responden	26
4.1.2	Usia Responden.....	26
4.1.3	Pekerjaan Responden	27
4.1.4	Frekuensi Pembelian Kopi Keliling	28
4.1.5	Kesimpulan Karakteristik Responden	28
4.2	Instrumen Penelitian dan Pengumpulan Data	28
4.2.1	Variabel Harga (X1)	29

4.2.2	Variabel Lokasi (X2)	30
4.2.3	Variabel Kualitas Produk (X3)	30
4.2.4	Variabel Minat beli (Y)	31
4.3	Uji Validitas	32
4.3.1	Uji Validitas Variabel Harga (X1)	33
4.3.2	Uji Validitas Variabel Lokasi (X2)	33
4.3.3	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3)	34
4.3.4	Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	35
4.1.5	Kesimpulan Uji Validitas	36
4.4	Uji Reabilitas	37
4.4.1	Kesimpulan Uji Reliabilitas	38
4.5	Statistik Deskriptif	39
4.5.1	Interpretasi Statistik Deskriptif	39
4.6	Uji Asumsi Klasik	40
4.6.1	Uji Normalitas	40
4.6.2	Uji Multikolinearitas	42
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas	43
4.6.4	Kesimpulan Uji Asumsi Klasik	44
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda	44
4.6.1	Model Persamaan Regresi Linear Berganda	44
4.6.2	Uji Parsial (Uji t)	46
4.6.3	Uji Simultan (Uji F)	47
4.6.4	Koefisien Determinasi (R^2)	47
BAB V ANALISA DAN INTERPRESTASI HASIL		49
5.1	Pembahasan Hasil Penelitian	49

5.1.1 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen	49
5.1.2 Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen.....	50
5.1.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen.....	51
5.1.4 Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen secara Simultan.....	53
5.1.5 Variabel Paling Dominan terhadap Minat Beli Konsumen.....	54
BAB VI	56
KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
6.1 Kesimpulan.....	56
6.2 Saran 57	
6.3 Saran Akademis.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu</i>	12
<i>Tabel 2. 2 Hipotesis</i>	15
<i>Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden</i>	26
<i>Tabel 4. 2 Usia Responden</i>	27
<i>Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden</i>	27
<i>Tabel 4. 4 Frekuensi Pembelian Kopi Keliling</i>	28
<i>Tabel 4. 5 Tabel Variabel Harga (X1)</i>	29
<i>Tabel 4. 6 Tabel Variabel Lokasi (X2)</i>	30
<i>Tabel 4. 7 Tabel Variabel Kualitas Produk (X3)</i>	31
<i>Tabel 4. 8 Tabel Variabel Minat Beli (Y)</i>	32
<i>Tabel 4. 9 Uji Validitas Variable Harga (X1)</i>	33
<i>Tabel 4. 10 Uji Validitas Variable Lokasi (X2)</i>	34
<i>Tabel 4. 11 Uji Validitas Variable Kualitas Produk (X3)</i>	35
<i>Tabel 4. 12 Uji Validitas Variable Minat Beli (Y)</i>	36
<i>Tabel 4. 13 Kesimpulan Uji Validitas</i>	36
<i>Tabel 4. 14 Uji Reabilitas koefisien Cronbach Alpha</i>	38
<i>Tabel 4. 15 Uji Reabilitas koefisien Cronbach Alpha</i>	38
<i>Tabel 4. 16 Uji Statistik Deskriptif</i>	39
<i>Tabel 4. 17 Metode Kolmogorov-Smirnov (K-S)</i>	42
<i>Tabel 4. 18 Uji Multikolinearitas</i>	43
<i>Tabel 4. 19 Uji Heteroskedastisitas</i>	43
<i>Tabel 4. 20 Analisa Regresi Linier Berganda</i>	45
<i>Tabel 4. 21 Uji Simultan (Uji F)</i>	47
<i>Tabel 4. 22 Uji Koefisien Determinasi (R^2)</i>	48

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir</i>	<i>14</i>
<i>Gambar 3. 1 Diagram Alur Penelitian</i>	<i>20</i>
<i>Gambar 4. 1 Grafik Histogram</i>	<i>41</i>
<i>Gambar 4. 2 Grafik P-Plot</i>	<i>41</i>



ABSTRAK

Usaha kopi keliling berkembang sebagai alternatif bisnis yang relevan di tengah meningkatnya tren konsumsi kopi masyarakat perkotaan, khususnya di Kota Cilegon sebagai kota industri dengan tingkat mobilitas konsumen yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga (X1), lokasi (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap minat beli konsumen (Y) pada usaha kopi keliling di Kota Cilegon, serta mengidentifikasi variabel yang paling dominan di antara ketiganya.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur berskala Likert 1–5 terhadap 113 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria pernah membeli kopi keliling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda (*multiple linear regression*) dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen ($\text{sig.} = 0,013$), sedangkan lokasi tidak berpengaruh signifikan ($\text{sig.} = 0,837$), temuan ini mengindikasikan bahwa pada model bisnis mobile seperti kopi keliling, faktor lokasi tidak menjadi pertimbangan utama konsumen. Kualitas produk merupakan variabel yang paling dominan dan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli ($\text{Beta} = 0,791$ $\text{sig.} < 0,001$). Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai $F = 221,836$ ($\text{sig.} < 0,001$) dan $\text{Adjusted } R^2 = 0,855$, yang berarti model mampu menjelaskan 85,5% variasi minat beli konsumen. Temuan ini mengimplikasikan bahwa pelaku usaha kopi keliling di Kota Cilegon perlu memprioritaskan konsistensi kualitas produk terutama aspek rasa dan aroma, sebagai strategi utama dalam membangun dan mempertahankan minat beli konsumen, di samping tetap menjaga keterjangkauan harga sebagai daya tarik awal.

Kata Kunci: harga, lokasi, kualitas produk, minat beli konsumen, kopi keliling, regresi linier berganda

ABSTRACT

Mobile coffee businesses have emerged as a relevant alternative amidst the rising trend of coffee consumption among urban populations, particularly in Cilegon—an industrial city characterized by high consumer mobility. This study aims to analyze the influence of price (X1), location (X2), and product quality (X3) on consumer purchase intention (Y) regarding mobile coffee businesses in Cilegon, as well as to identify which of these three variables is the most dominant.

A quantitative method utilizing a survey approach was employed. Data were collected via a structured questionnaire using a 1–5 Likert scale administered to 113 respondents selected through purposive sampling, based on the criterion of having previously purchased mobile coffee. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the aid of SPSS software.

The results indicate that, individually, price has a positive and significant effect on consumer purchase intention (sig. = 0.013), whereas location does not have a significant effect (sig. = 0.837). These findings suggest that for mobile business models like mobile coffee, location is not a primary consideration for consumers. Product quality emerged as the most dominant variable, exerting a positive and significant influence on purchase intention (Beta = 0.791; sig. < 0.001). Simultaneously, the three variables significantly influenced purchase intention, with an F-value of 221.836 (sig. < 0.001) and an Adjusted R² of 0.855, indicating that the model explains 85.5% of the variation in consumer purchase intention. These findings imply that mobile coffee entrepreneurs in Cilegon need to prioritize product quality consistency—specifically regarding taste and aroma—as a key strategy for building and sustaining consumer purchase intention, while simultaneously maintaining price affordability as an initial draw.

Keywords: Price, Location, Product Quality, Consumer Purchase Intention, Mobile Coffee, Multiple Linear Regression.

