PENGARUH DAYA BELI DAN LOKASI TERHADAP MINAT MEMBELI MINUMAN KOPI DI CAFE ASIANG PONTIANAK

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

EFA OKTAVIA

NIM. B1011181024

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama	:	Efa Oktavia
NIM	:	B1011181024
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
ProgramStudi	:	EkonomiPembangunan
JudulTugasAkhir	:	Pengaruh Daya Beli Dan Lokasi Terhadap Hasrat Membeli Minuman Kopi Di Cafe Asiang Pontianak .

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut diatas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalanTugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak,24 juli 2025



Efa Oktavia)

NIM.B1011181024

PERTANGGUNG JAWABAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Efa Oktavia
NIM	: B1011181024
Jurusan	: Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
Judul Tugas Akhir (TA)	: Pengaruh Daya Beli Dan Lokasi Terhadap Minat Membeli Minuman Kopi Di Cafe Asiang Pontianak

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 13 Agustus 2025

(Efa Oktavia)
NIM. B1011181024

LEMBAR YURIDIS

Pengaruh Daya Beli Dan Lokasi Terhadap Minat Membeli Minuman Kopi Di Cafe Asiang Pontianak

Penangung Jawab Yuridis

Efa Oktavia
B1011181024

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Tgl Ujian Tugas Akhir (TA) : 30 Juni 2025

Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1.	Pembimbing Utama	Yanto, S.E., M.Sc.	24/09/2025	
		NIP 197706152003121004		
2.	Ketua Penguji	Romi Suradi, S.E.I., M.E.	24/09/2025	
		NIP 198610022019031004		
3.	Anggota Penguji	Supriaman, S.Pd., M.Si.	23/09/2025	
		NIP 199104132023211000		

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Tugas Akhir (TA)

Pontianak, 25 SEP 2025
Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan

Yanto, S.E., M.Sc.
NIP.197706152003121004

KATA PEGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena telah memberikan ketekunan, kesehatan, semangat dan juga kekuatan, saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul "Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Pekerjaaan Warga di Sekitar Pos Lintas Batas Negara Entikong".

Tugas akhir ini dibuat dengan tujuan memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan studi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Tanjungpura Pontianak. Dalam penulisan tugas akhir ini penulis mendapat banyak bantuan dan juga semangat serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini pula izinkan penulis untuk menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada;

1. Dr. Barkah, S.E., M.S.i selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Dr. Jumhur, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Yanto, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Tanjungpura.
4. Yanto, S.E., M.Sc yang merupakan pembimbing akademik dan skripsi penulis yang selalu memberikan inspirasi, saran dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Romi Surado, S.E.I., M.E. selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan dan saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Supriaman, S.Pd., M.Si. selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan dan saran dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf Administrasi Program Studi Ekonomi Pembangunan terkhususnya Pak Husni yang telah membantu dalam pemberkasan sidang tugas akhir ini.
8. Seluruh rekan perjuangan angkatan 2018 pada program studi Ekonomi Pembangunan yang selalu memberikan semangat dalam menjalani perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir ini.

9. Orang tua tercinta saya Bapak Hi Sau Khong dan Ibu Hanawati yang telah memberikan doa, dukungan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
10. Saudara Kandung saya yang menjadi sumber kekuatan dan motivasi saya untuk tidak menyerah dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Sahabat sahabat saya yang telah memberikan doa, dukungan yang luar biasa serta semangat dalam penyelesaian tugas akhir ini.
12. Kepada Orang Terkasih saya yang telah selalu ada mendampingi dari awal perkuliahan dan memberikan motivasi dalam penyelesaian tugas akhir ini.
13. Seluruh keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penyelesaian tugas akhir ini
14. Seluruh penulis yang tulisannya saya pakai sebagai rujukan dalam menyusun tugas akhir ini.
15. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu baik dari dukungan maupun doanya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
16. Penulis juga ingin berterima kasih kepada diri sendiri, yang telah memilih untuk terus berjalan meski jalan terasa berat, yang tetap percaya meski sempat ragu, dan yang akhirnya mampu mengantarkan langkah ini hingga pada titik akhir perjalanan tugas akhir ini.

Semoga semua pihak yang telah membantu saya dalam penyelesaian tugas akhir ini baik yang saya sebutkan maupun tidak dapat disebutkan satu persatu semoga selalu dilimpahkan berkah, rezeki dan kesehatan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Pontianak, 13 Agustus 2025



(Efa Oktavia)

NIM. B1011181024

PENGARUH DAYA BELI DAN LOKASI TERHADAP MINAT MEMBELI MINUMAN KOPI DI CAFE ASIANG PONTIANAK

Oleh:Efa Oktavia

FakultasEkonomidanBisnisUniversitasTanjungpura RINGKASAN

1.LatarBelakang

Industri kopi di indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam berapa tahun terahkir. Kota pontianak sebagai ibukota Kalimantan Barat juga mengalami peningkatan jumlah kedai kopi yang signifikan.Cafe asiang sebagai salah satu pelaku usaha dibidang Untuk itu, Anda perlu mengetahui apa yang membuat orang ingin membeli sesuatu.khususnya terkait daya beli dan lokasi.

Selain menu yang bervariasi, pemilik tempat makan ini juga mempertimbangkan layanan tambahan yang tersedia bagi pelanggan saat merencanakan cara untuk menarik minat mereka. Banyaknya pilihan restoran di sekitar Kopi Asiang juga menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih restoran. Untuk memastikan kepuasan pelanggan, manajemen CafeAsiang bekerja keras untuk memenuhi harapan pelanggan di semua area, termasuk kualitas layanan, harga, dan lokasi. Kemampuan kedai kopi untuk terhubung dengan pelanggan bergantung pada penyediaan Pelayanan prima di lokasi prima dengan harga terjangkau. Mengabaikan hal ini dapat menyebabkan kesenjangan antara kemampuan restoran dalam memenuhi permintaan konsumen dan penawaran yang sebenarnya.

Pertanyaan Masalah

1. Seberapa besar kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Asiang di Kota Pontianak?

2. Seberapa besar persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Asiang di Kota Pontianak?

3. Seberapa besar lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Asiang di Kota Pontianak.

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada. Cafe Asiang di Kota Pontianak.

2. MetodePenelitian

Penelitian ini termasuk dalam bentuk penelitian kuantitatif, yang menggabungkan metodologi deskriptif dan eksploratif, digunakan untuk mengevaluasi data secara statistik dan mengkarakterisasi korelasi antar variabel dalam penelitian ini . Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana Kualitas Layanan (X1), Persepsi Harga (X2), Lokasi (X3), dan Variasi Rasa (X4) di Kafe Asiang Pontianak memengaruhi kepuasan pelanggan (Y). Data sekunder bersumber dari literatur terkait dan dilengkapi dengan data yang dikumpulkan melalui survei daring dan percakapan singkat dengan pelanggan Cafe Asiang.Partisipan dalam penelitian ini adalah seluruh warga Pontianak yang pernah makan di Cafe Asiang. Responden yang pernah membeli dari Cafe Asiang dipilih menggunakan pendekatan purposive sampling. Dengan menggunakan rumus Rao, peneliti dapat menghitung bahwa 100 responden akan menjadi sampel.

3. Hasil danPembahasan

Pada penelitian ini menunjukan usaha warung kopi adalah salah satu yang terdampak COVID-19. Pembatasan sosial dan *lockdown* dapat mengakibatkan penurunan jumlah pelanggan yang datang ke warung kopi, sehingga mengurangi pendapatan. Beberapa dampak dari pandemi yaitu berkurangnya modal karena penjualan yangmenurun,pengurangantenagakerjakarenapendapatan yangdiperoleh berkurang, dan pengurangan jam kerja karena pembatasan dari pemerintah untuk mengurangi kegiatan diluar rumah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Artini, et al (2020), mengungkapkan berkurangnya modal karena penjualan yang menurun,pengurangantenagakerjakarenapendapatan yangdiperolehberkurang,dan pengurangan jam kerja karena pembatasan dari pemerintah untuk mengurangikegiatan diluar rumah.

Pemberlakuaan PSBB membuat sebagian kegiatan pasar menjadi berkurang akibatnya ekonomi masyarakat menjadi turun, hal ini di dukung oleh penelitian Sudarsono dan Rahma (2021). Dengan adanya pandemi COVID-19 maka, perilaku konsumen penggemar kopi mengalami kendala akibat kebijakan pemerintah dalam pembatasan sosial, sehingga aktifitas berkumpul menjadi terkendala. Pelaku usaha warung kopi terkena imbas dari pemberlakuan pembatasan aktivitas masyarakat, terlihatdaripenurunanpendapatanpenjualan.Seperti yangdiungkapkan olehRizal,et al (2021), dimana pelaku usaha kedai kopi terkena imbas dari pemberlakuan pembatasan aktivitas masyarakat, terlihat dari penurunan omzet penjualan, dan pendistribusian bahan baku kopi.

Strategi bertahan hidup diterapkan dengan melakukan promosi online untuk menekan biaya promosi fisik serta untuk menembus target pasar baru, memberikan layanan yang lebih baik sesuai kebijakan pemerintah dengan menerapkan protokol kesehatan kedai kopi selama pandemi COVID-19 untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Usaha terakhir yang dilakukan pemilik warung kopi selain mengurangi jumlah karyawan dan mengurangi variasi menu yaitu tertib dalam menerapkan protokol kesehatan di kawasan warung kopi. Warung kopi diharuskan menerapkan protokol kesehatan dengan cara mengurangi jumlah kursi dan meja yang disediakan,

memberi jarak untuk setiap meja dan kursi, mewajibkan pengunjung dan pekerja untuk menggunakan masker saat berada di warung kopi, menyediakan sendok dan pipet plastik supaya tidak digunakan secara berulang, dan menyediakan tempat cuci tangan sebelum memasuki kawasan warung kopi. Hal ini didukung oleh penelitian Rizkia dan Madiawati (2021) mengungkapkan untuk mempertahankan usahanya warung kopi mematuhi protokol kesehatan dengan menyediakan tempat cuci tangan, dan penelitian Latif, (2021) mengungkapkan bahwa faktor yang memengaruhi kepatuhan masyarakat terhadap protokol kesehatan yaitu Pendidikan, pengetahuan serta informasi dari Satuan Tugas (Satgas) COVID-19.

6.Kesimpulan dan Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapati hasil sebagai berikut, sebagian besar responden berumur 41-46 tahun, berjenis kelamin laki-laki, status sudah menikah, dan berpendidikan terakhir SMA. Untuk karakteristik tempat usaha sebagai berikut, status kepemilikan usahasebagian besar milik sendiri, lamanya usaha warung kopi 6-10 tahun, tempat usahanya sebagian besar milik sendiri, dan modal usaha berasal dari modal sendiri. Pandemi COVID-19 mengakibatkan usaha warung kopi di Kota Sanggau mengalami pengurangan pengunjung dan pendapatan. Pembatasan jam operasional, membuat pengunjung warung kopi dan kegiatan masyarakat terbatas, sehingga memengaruhi pendapatan warung kopi di Kota Sanggau.

Agardapatterusbertahanditengah pandemi,diharapkanpelakuusahawarung kopi di Kota Sanggau dapat berinovasi dengan mengeluarkan variasi menu minuman kopi dan makanan baru dalam usaha, dan menggunakan sosial media untuk mempromosikan produk untuk meningkatkan penjualan di warungkopi. Warungkopi juga terus meningkatkan kualitas dan mempertahankan kualitas citarasa minumanagar tidak berubah-ubah, karena kualitas cita rasa akan berdampak ke jangka panjang, serta rutin melakukan inovasi baik melalui desainnya maupun fasilitas-fasiltas yang disediakan dan semakin rutin melakukan promosi untuk menarik pembeli.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ..... **i**
PERTANGGUNG JAWABAN TUGAS AKHIR ..... **ii**
LEMBAR YURIDIS ..... **iii**
KATA PEGANTAR ..... **iv**
RINGKASAN ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

1. PENDAHULUAN **2**
2. KAJIAN LITELATUR **2**
2.1. Kerangka Konseptual 11

3. METODE PENELITIAN **11**
4. GAMBARAN KONTEKSTUAL **12**
5. HASIL DAN PEMBAHASAN **16**
5.1 Hasil Penelitian 16
5.2.1 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen 16
5.2.2 Pengaruh presepsi harga terhdap kepuasan konsumen 17
5.2.3 Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen…….. 18
5.2.4 Pengaruh varian rasa terhadap kepuasan konsumen……. 20
5.2 Pembahasan 21

6. SIMPULAN DAN REKOMENDASI **25**

DAFTAR PUSTAKA **26**

LAMPIRAN **29**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pertumbuhan kopi diindonesia.....13

Tabel 2. Pendapatan tahunan persaingan kopi di kota Pontianak 2022-2024.....14

Tabel 3. Data pengunjung ditempat kopi asiang 2022-2024.....14

Tabel 4. Karakteristik Responden 16

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.profil responden 5

Gambar 2. Uji validitas dan reliabilitas 5

Gambar 3. Hipotesis dan SEM .....

PENGARUH DAYA BELI DAN LOKASI TERHADAP MINAT MEMEBELI MINUMAN KOPI DI CAFE ASIANG PONTIANAK

[1]Efa Oktavia

Universitas Tanjungpura, Indonesia

[2]Yanto, S.E., M.Sc.

Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine how customers' perceptions of service quality, pricing, location, and flavor diversity affect their satisfaction with Cafe Asiang in Pontianak City. Previous studies' conflicting conclusions on the factors influencing food and drink consumers' happiness provide the groundwork for the current investigation. One hundred participants were surveyed quantitatively using AMOS and the Structural Equation Modeling (SEM) methodology. According to the study's findings, although price perception does not significantly affect customer happiness, three of the four variables—service quality, taste diversity, and location—do. Customers at Cafe Asiang value accessibility, a wide range of flavors to suit personal tastes, and dependability, responsiveness, certainty, empathy, and tangibles in service quality more than pricing. Management should prioritize enhancing service quality, expanding taste diversity via innovation, and optimizing location with flexible pricing methods.

Keywords: *Service Quality; Price Perception; Location; Flavor Variety; Consumer Satisfaction*

ABSTRAK

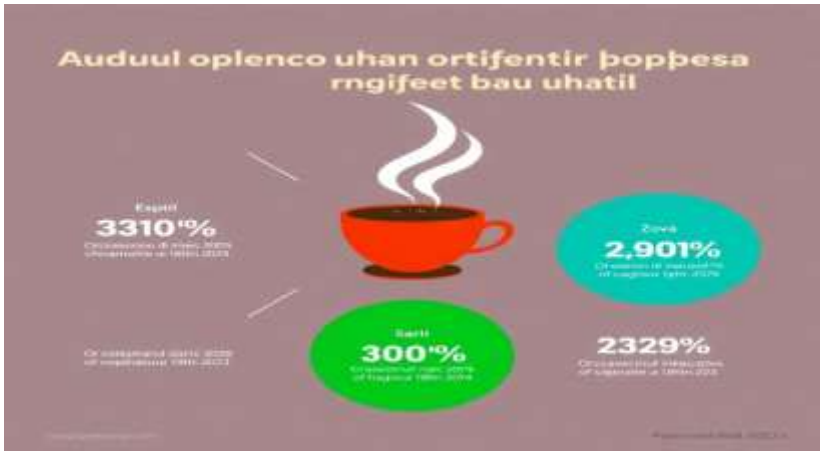
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, harga, lokasi, dan keragaman rasa memengaruhi kepuasan mereka terhadap Cafe Asiang di Kota Pontianak. Kesimpulan yang saling bertentangan dari studi-studi sebelumnya tentang faktor-faktor yang memengaruhi kebahagiaan konsumen makanan dan minuman menjadi dasar bagi penelitian saat ini. Seratus partisipan disurvei secara kuantitatif menggunakan AMOS dan metodologi Structural Equation Modeling (SEM). Menurut temuan penelitian, meskipun persepsi harga tidak memengaruhi kebahagiaan pelanggan secara signifikan, tiga dari empat variabel—kualitas layanan, keragaman rasa, dan lokasi—berpengaruh. Pelanggan di Cafe Asiang menghargai aksesibilitas, beragam rasa yang sesuai dengan selera pribadi, serta ketergantungan, daya tanggap, kepastian, empati, dan hal-hal nyata dalam kualitas layanan lebih dari sekadar harga. Manajemen harus memprioritaskan peningkatan kualitas layanan, memperluas keragaman rasa melalui inovasi, dan mengoptimalkan lokasi dengan metode penetapan harga yang fleksibel.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Persepsi Harga; Lokasi; Varian Rasa; Kepuasan Konsumen

1. PENDAHULUAN

[1] epaoktaviaa21@gmail.com
[2] epaoktaviaa21@student.untan.ac.id

Industri kopi di indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam berapa tahun terahkir. Kota pontianak sebagai ibukota Kalimantan Barat juga



mengalami peningkatan jumlah kedai kopi yang signifikan.Cafe asiang sebagai salah satu pelaku usaha dibidang Untuk itu, Anda perlu mengetahui apa yang membuat orang ingin membeli sesuatu.khususnya terkait daya beli dan lokasi.

Gambar 1. pertumbuhan kopi di Indonesia

Selain menu yang bervariasi, pemilik tempat makan ini juga mempertimbangkan layanan tambahan yang tersedia bagi pelanggan saat merencanakan cara untuk menarik minat mereka. Banyaknya pilihan restoran di sekitar Kopi Asiang juga menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih restoran. Untuk memastikan kepuasan pelanggan, manajemen Café Asiang bekerja keras untuk memenuhi harapan pelanggan di semua area, termasuk kualitas layanan, harga, dan lokasi. Kemampuan kedai kopi untuk terhubung dengan pelanggan bergantung pada penyediaan Pelayanan prima di lokasi prima dengan harga terjangkau. Mengabaikan hal ini dapat menyebabkan kesenjangan antara kemampuan restoran dalam memenuhi permintaan konsumen dan penawaran yang sebenarnya.

Ada dua sumber masalah utama di dunia korporat: masalah internal dan ancaman eksternal. Baik faktor internal maupun eksternal dapat menjadi tantangan bagi keberhasilan perusahaan. Faktor internal mencakup hal-hal seperti kurangnya fokus, kepercayaan diri, keterampilan manajemen, dan inovasi. Faktor eksternal mencakup hal-hal seperti munculnya bisnis serupa, persaingan dalam inovasi produk, dan harga yang ditawarkan oleh pesaing. Upaya orang atau badan hukum untuk saling memperhatikan keunggulan satu sama lain di bidang perdagangan inilah yang oleh Andin dan Aditya (2022) disebut persaingan.

Pemilik Kopi Asiang, yang terletak di lingkungan Tlogosari Kota Pontianak di 3 Benua Melayu Darat, Kec. Pontianak Sel., Jl. Jenderal Ahmad Yani No. Penting untuk mengetahui bagaimana bisnis terkait dapat memengaruhi pendapatan perusahaan. Tabel berikut menunjukkan daftar pendapatan pesaing kopi di wilayah Kota Pontianak.

Tabel 1. Daftar pendapatan Tahunan Persaingan Kopi Di Cafe Asiang Di Kota Pontianak Tahun 2022-2024

Nama Coffeeshop	2022 (Rp)	2023 (Rp)	2024 (Rp)
Kopi Kenangan	200.000.000	250.000.000	300.000.000
Kopi Tiam	220.000.000	270.000.000	320.000.000
Kopi Kita	150.000.000	180.000.000	220.000.000
Kopi Rindu	110.000.000	140.000.000	170.000.000

Sumber : Observasi awal peneliti, 2025.

Fakta-fakta dalamPerusahaan bersaing satu sama lain, seperti terlihat jelas pada (tabel 1) di atas Kopi Asiang di wilayah Kota Pontianak. Jika ingin mempertahankan basis konsumen yang terus bertambah, manajemen Kopi Asiang di Kota Pontanak perlu menangani perusahaan dengan bijaksana. Manajemen harus menempatkan diri pada posisi konsumen dan mencari tahu apa yang diinginkan konsumen jika ingin membuat mereka senang. Meningkatkan keunggulan kompetitif dapat dilakukan dengan mudah, yaitu dengan memenuhi kebutuhan konsumen. Pelanggan yang puas cenderung akan membeli kembali barang tersebut jika mereka memiliki kebutuhan yang sama di perjalanan.

Tahun 2022 Mencatat pertumbuhan yang baik dengan rata-rata pengunjung harian mencapai 320 orang, didorong oleh berbagai acara dan promosi.tahun 2023Terjadi penurunan jumlah pengunjung menjadi 295 orang/hari, kemungkinan disebabkan oleh persaingan yang meningkat dan faktor eksternal seperti kenaikan harga.tahun Estimasi menunjukkan pemulihan dengan rata-rata pengunjung harian diperkirakan meningkat menjadi 350 orang, berkat strategi pemasaran yang lebih baik dan inovasi produk.Data pengunjung menunjukkan bahwa Cafe Asiang memiliki potensi untuk terus berkembang, meskipun mengalami penurunan pada tahun 2023. Dengan strategi yang tepat, diharapkan jumlah pengunjung dapat meningkat kembali pada tahun 2024.