

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, tuntunan, dan cinta kasih-Nya sampai saat ini saya masih diberikan kekuatan dan Kesehatan sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini yang berjudul Analisis Media Sosial, Kestrategisan Lokasi, dan Keragaman Produk pada Seruput Coffee Company Tomohon untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Universitas Katolik De La Salle Manado.

Dalam Penyusunan Skripsi sampai dengan menyelesaikan Penyusunan Skripsi, saya tidak lupa untuk berterima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, doa, serta dorongan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu Penulis ingin menyampaikan banyak Terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa selalu menyertai dan memberikan kekuatan kepada saya dalam melaksanakan seluruh aktivitas sampai dengan menyusun Skripsi ini.
2. Universitas Katolik De La Salle Manado yang telah memfasilitasi mahasiswa untuk bisa menyelesaikan Skripsi ini untuk menempuh Program Sarjana S1.
3. Keluarga, kedua orang tua Mama, Papa dan kakak Angelina, Eric, Arthur, Jelly dan seluruh anggota keluarga lainnya yang selalu mendukung, mendoakan, dan membantu saya.

4. Bapak Prof. Dr. Johanis Ohoitumur, MSC selaku Rektor Universitas Katolik De La Salle Manado.
5. Ibu Dr. Ivonne A. Umboh, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik De La Salle Manado dan juga selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah memberikan dukungan dan bimbingan kepada penulis selama melaksanakan penyusunan Laporan Skripsi serta menjadi Dosen Penguji.
6. Ibu Merry Jeanned'arc Korompis, S.E., M.M. Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik De La Salle Manado dan juga selaku Dosen Penguji.
7. Ibu Patricia G. J. Petrus, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik De La Salle Manado dan juga selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan dukungan dan bimbingan kepada penulis selama melaksanakan penyusunan Laporan Skripsi serta menjadi Dosen Penguji.
8. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik De La Salle Manado atas semua motivasi dan pengetahuan yang telah diberikan kepada Mahasiswa.
9. Seruput Coffee Company Tomohon yang telah menerima dan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan Penelitian dalam Penulisan Skripsi ini.
10. Karen Rintjap, Christian Tombangen, Fernanda Wagiu, Yunitha Wurangian, Britano Pitoy, Yuria Rondonuwu, Wanda Tangkere, dan Majesty Mait yang selalu

memberikan doa, dukungan, motivasi dan perhatian bagi Mahasiswa dalam menyelesaikan Penyusunan Skripsi Ini.

11. Teman-teman seperjuangan Manajemen'19 yang saling memberikan dukungan serta bantuan untuk satu sama lain. Dan juga seluruh pihak-pihak lainnya yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat dituliskan satu persatu.

Melalui Skripsi ini saya berharap dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca. Saya juga menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta masih banyak kekurangan dari Skripsi ini. Kiranya Tuhan Yang Maha Esa akan membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu.

**Manado, 29 Januari 2024**

**Abigael F. Ch. Sumanti**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul:

ANALISIS MEDIA SOSIAL, KESTRATEGISAN LOKASI, DAN  
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI  
SERUPUT COFFEE COMPANY TOMOHON

Merupakan karya orisinalitas saya.

Dalam penelitian ini, tidak ada Sebagian dari keseluruhan orang lain menulis dan pendapat yang saya kenali sebagai tulisan saya. Ketika saya menggunakan tulisan dan pendapat orang lain dengan mengutip secara implisit, saya telah mengenali dan menunjukkan sumber dari aslinya. Jika penelitian yang saya tulis dibuktikan sebagai plagiarism, saya akan mengambil konsekuensi yang diberikan kepada saya, termasuk pembatalan gelar dan sertifikat.

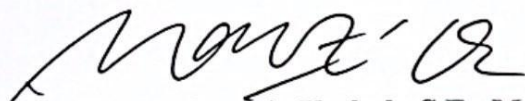
Manado, Maret 2024

Pihak yang memberikan pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA' and 'METERAI TEMPEL'. The serial number 'D97A4ALX066106415' is visible at the bottom of the stamp.

**Abigael F. Ch. Sumanti**

Saksi I Selaku Pembina dan Anggota Dewan

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ivonne', is written in a cursive style.

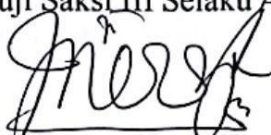
**Dr. Ivonne Angelic Umboh, S.E., M.Si.**

Penguji Saksi II Selaku Anggota Dewan

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Patricia', is written in a cursive style.

**Patricia G. J. Petrus, S.E., M.M.**

Penguji Saksi III Selaku Anggota Dewan Penguji

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Merry', is written in a cursive style.

**Merry Jeanned'arc Korompis, S.E., M.M.**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah .....</b>	<b>12</b>
<b>1.3. Pertanyaan Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>1.4. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>13</b>
<b>1.5. Batasan Penelitian.....</b>	<b>13</b>
<b>1.6. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>13</b>
<b>1.6.1. Manfaat Teoritis.....</b>	<b>13</b>
<b>1.6.2. Manfaat Praktis.....</b>	<b>14</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>15</b>
<b>TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
<b>2. 1. Pendahuluan.....</b>	<b>15</b>
<b>2. 2. Manajemen Pemasaran .....</b>	<b>15</b>
<b>2. 3. Pemasaran .....</b>	<b>16</b>
<b>2. 3. 1 Pengertian Pemasaran.....</b>	<b>16</b>

2. 3. 2	Fungsi Dari Pemasaran .....	16
2. 3. 3	Indikator Dari Pemasaran .....	17
2. 4.	Media Sosial.....	18
2. 4. 1	Pengertian Media Sosial .....	18
2. 4. 2	Fungsi Dari Media Sosial.....	18
2. 4. 3	Indikator Media Sosial .....	18
2. 5.	Kestrategisan Lokasi .....	19
2. 5. 1	Pengertian Kestrategisan Lokasi.....	19
2. 5. 2	Fungsi Dari Kestrategisan Lokasi .....	20
2. 5. 3	Indikator Kestrategisan Lokasi .....	20
2. 6.	Keragaman Produk.....	21
2. 6. 1	Pengertian Keragaman Produk.....	21
2. 6. 2	Fungsi Dari Kestrategisan Lokasi .....	21
2. 6. 3	Indikator Kestrategisan Lokasi .....	22
2. 7.	Minat Beli Konsumen .....	23
2. 7. 1	Pengertian Minat Beli Konsumen.....	23
2. 7. 2	Fungsi Dari Minat Beli Konsumen.....	23
2. 7. 3	Indikator Minat Beli Konsumen.....	23
2. 8.	Penelitian Terdahulu .....	24
2. 9.	Model Penelitian Empirik .....	27
2. 10.	Hipotesis.....	27
<b>BAB III.....</b>		<b>32</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>32</b>
3. 1.	Pendahuluan.....	32
3. 2.	Objek Penelitian dan Jangka Waktu Penelitian .....	32
3. 2. 1.	Objek Penelitian.....	32
3. 3.	Jenis Penelitian Serta Data dan Sumber Data Penelitian .....	33
3. 3. 1.	Jenis Penelitian.....	33
3. 3. 2.	Data dan Sumber Data Penelitian .....	33

3. 4.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3. 4. 1.	Populasi.....	34
3. 4. 2.	Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	35
3. 5.	Metode Pengumpulan Data.....	36
3. 6.	Skala Pengukuran Data Kuesioner .....	37
3. 7.	Uji Validitas dan Reliabilitas Data .....	38
3. 7. 1.	Uji Validitas .....	38
3. 7. 2.	Uji Reliabilitas .....	39
3. 8.	Definisi Variabel Penelitian.....	40
3. 8. 1.	Definisi Operasional.....	40
3. 9.	Uji Asumsi Klasik.....	41
3. 9. 1.	Uji Normalitas .....	41
3. 9. 2.	Uji Multikolinearitas.....	41
3. 9. 3.	Uji Heterokedastisitas.....	42
3. 9. 4.	Autokorelasi.....	42
3. 10.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
3. 11.	Uji Hipotesis.....	43
3. 11. 1.	Uji T.....	43
3. 11. 2.	Uji F.....	44
3. 11. 3.	Koefisien Determinasi (R) <sup>2</sup> .....	44
BAB IV	.....	45
HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	.....	45
4. 1.	Pendahuluan.....	45
4. 2.	Proses dan Hasil Analisis.....	45
4. 2. 1.	Karakteristik Responden .....	45
4. 2. 2.	Uji Validitas .....	48
4. 2. 3.	Uji Reliabilitas .....	49
4. 2. 4.	Uji Multikolinearitas.....	50
4. 2. 5.	Uji Heterokedastisitas.....	52

4. 2. 6.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	53
4. 3.	Hipotesis.....	55
4. 3. 1.	Uji Parsial (Uji T) .....	55
4. 3. 2.	Uji Simultan (Uji F) .....	61
4. 3. 3.	Uji Koefisien Korelasi Berganda (Uji R) dan Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ).....	62
4. 4.	Analisa Hasil dan Pembahasan.....	64
<b>BAB V</b>	.....	68
<b>KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN</b>	.....	68
5. 1.	Pendahuluan.....	68
5. 2.	Kesimpulan Mengenai Masing-Masing Hipotesis dan Masalah Penelitian	68
5. 3.	Implikasi Pada Teori Manajemen .....	69
5. 4.	Implikasi Pada Kebijakan Manajemen .....	71
5. 5.	Keterbatasan Penelitian .....	72
5. 6.	Agenda Penelitian Mendatang (saran untuk peneliti yang akan datang) ..	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	75
<b>LAMPIRAN</b>	.....	77



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produksi Kopi Indonesia 2017-2022 .....	1
Gambar 1. 2 Proyeksi Nilai Omzet Tahunan Pasar Kopi Modern di Negara-negara Asia Tenggara (2023).....	3
Gambar 1. 3 Media Sosial Seruput Coffee Company Tomohon .....	5
Gambar 1. 4 Lokasi Seruput Coffee Company Tomohon .....	8
Gambar 1. 5 Daftar Menu Seruput Coffee Company Tomohon.....	10
Gambar 2. 1 Model Penelitian Empirik.....	27
Gambar 4. 1 Berdasarkan Umur.....	45
Gambar 4. 2 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Gambar 4. 3 Berdasarkan Pekerjaan .....	47
Gambar 4. 4 Uji Heterokedastisitas.....	52
Gambar 4. 5 Model Penelitian Empirik.....	64

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 4. 1 Uji Validitas.....	48
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4. 3 Uji Multikolinearitas .....	50
Tabel 4. 4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
Tabel 4. 5 Uji Hipotesis .....	56
Tabel 4. 6 Pengaruh Media Sosial (X1) terhadap Minat Beli (Y).....	57
Tabel 4. 7 Pengaruh Kestrategisan Lokasi (X2) terhadap Minat Beli (Y) .....	58
Tabel 4. 8 Pengaruh Keragaman Produk (X3) terhadap Minat Beli (Y).....	60
Tabel 4. 9 Uji Simultan (Uji F).....	61
Tabel 4. 10 Uji R dan Uji R2 .....	63