

**PENGARUH GAYA HIDUP, MOTIVASI HEDONIS DAN
BUDAYA MINUM KOPI TERHADAP *REPURCHASE
INTENTION* PADA PELANGGAN KOPI JANJI JIWA**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH GAYA HIDUP, MOTIVASI HEDONIS DAN
BUDAYA MINUM KOPI TERHADAP *REPURCHASE
INTENTION* PADA PELANGGAN KOPI JANJI JIWA**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta**



**Nama : Tri Hastuti
Nim : 43116120171**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tri Hastuti

Nim : 43116120171

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan Tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Januari 2022



Tri Hastuti

43116120171

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tri Hastuti
NIM : 43116120171
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi Hedonis, dan Budaya Minum Kopi Terhadap Repurchase Intention pada Pelanggan Kopi Janji Jiwa
Tanggal Sidang : 12 Januari 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Arief Bowo Prayoga Kasmu, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 02220911



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan yang maha esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi Hedonis dan Budaya Minum Kopi Terhadap *Repurchase Intention* pada Pelanggan Kopi Janji Jiwa”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, khususnya Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE., MM., Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti panjatkan puji syukur kekuatan Tuhan yang maha esa yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kepada orang tua tercinta yang selalu memberikan doa tiada henti, dukungan serta motivasi kepada penulis.
6. Kepada kakak saya Hepi Hastuti, Danang Supriyadi dan Chatarina Suprapti yang tiada hentinya selalu menghibur dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada seluruh keluarga besar Ratno Family yang senantiasa selalu mendoakan serta memberi dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Keponakan tercinta saya Pantaleon Rigel yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
9. Kepada dr. Christian Giam yang selalu memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.
10. Sahabat-sahabat tercinta Siska, Riyan, Martin, Labib dan Ismawati yang memberikan semangat, dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
11. Kepada semua pihak yang tidak dapat di sebutkan oleh penulis secara satu persatu yang telah banyak dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat

menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.
Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf
apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 15 Januari 2022

Tri Hastuti

43116120171



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	7
1. <i>Coffee Shop</i>	7
2. Perilaku Konsumen	7
3. Gaya Hidup.....	8
a. Pengertian Gaya Hidup	8
b. Dimensi dan Indikator Gaya Hidup	8
4. Motivasi Hedonis	9
a. Pengertian Motivasi Hedonis.....	9
b. Dimensi dan Indikator Motivasi Hedonis.....	9
5. Budaya Minum Kopi	10
a. Pengertian Budaya Minum Kopi.....	10
b. Indikator Budaya Minum Kopi	11
6. <i>Repurchase Intention</i>	11
a. Penegrtian <i>Repurchase Intention</i>	11
b. Dimensi dan Indikator <i>Repurchase Intention</i>	12
7. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Pengembangan Hipotesis.....	15
1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	15
2. Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	16
3. Pengaruh Budya Minum Kopi Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	17
4. Kerangka Pemikiran	18

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	19
B. Desain Penelitian	19
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	19
1. Definisi Variabel	19
2. Operasional Variabel	21
D. Skala Pengukuran Variabel	22
E. Populasi dan Sampel Penelitian	22
1. Populasi	22
2. Sampel	23
F. Teknik Pengumpulan Data	23
G. Metode Analisis Data.....	24
1. Statistik Deskriptif.....	24
2. Asumsi <i>Partial Least Square (PLS)</i>	48
a. Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>).....	24
1) <i>Convergen Validity</i>	24
2) <i>Discriminant Validity</i>	24
3) Uji Reabilitas.....	25
b. Model Struktural atau Uji Hepotesis (<i>Inner Model</i>)	26
1) <i>R Square</i>	26
2) Nilai Relevansi Prediktif	26
3) Pengujian Hipotesis.....	27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tentang Perusahaan	28
1. Sejarah Kopi Janji Jiwa	28
2. Visi dan Misi Kopi Janji Jiwa	29
3. Karakteristik profil responden.....	30
B. Hasil Perhitungan.....	36
1. Statistik Deskriptif.....	36
2. Snalisis SEM Menggunakan PLS.....	39
a. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	39
1) Pengujian Validitas I	39
2) Pengujian Validitas II.....	42
3) Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> II	44
4) Pengujian Validasi Diskriminan II.....	45
5) Pengujian ReliabilitasII	46
b. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	46
1) Koefisien Detreminasi	47
2) Nilai Relevansi	48
3) Pengujian Hipotesis.....	48
C. Pembahasan	51
1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	51
2. Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .	52
3. Pengaruh Budaya Minum Kopi Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	53

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
A.	Simpulan	54
B.	Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	60



DAFTAR TABEL

1.1. Tabel <i>Top Brand</i>	2
1.2. Pra Survei Penelitian.....	3
2.1. Penelitian terdahulu	12
3.1. Oprasional Variabel	21
3.2. Skala Penelitian <i>Likert</i>	22
4.1. Jenis Kelamin Responden	30
4.2. Usia Responden	30
4.3. Pekerjaan Responden	31
4.4. Kenapa Suka Minum Kopi	32
4.5. Seberapa Sering Minum Kopi	33
4.6. Varian Rasa	33
4.7. Dengan Siapa Menikmati Kopi	35
4.8. Perasaan Setelah Mengonsumsi Kopi	36
4.9. Statistik Deskriptif Gaya Hidup	36
4.10. Statistik Deskriptif Motivasi Hedonis	37
4.11. Statistik Deskriptif Budaya Minum Kopi	38
4.12. Statistik Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	39
4.13. Uji Validitas I	40
4.14. Uji Validitas II	43
4.15. <i>Average Variance Extracted (AVE) II</i>	22
4.16. Validitas Diskriminan II	45
4.17. Uji Reliabilitas II	46

4.18. <i>Kefisien Determinasi (R^2)</i>	47
4.19. <i>Q-Rquare</i>	48
4.20. <i>Hipotesis</i>	50



DAFTAR GAMBAR

1.1. Data Perbandingan Kedai Kopi Sejenis	2
2.1. Kerangka Pemikiran	18
4.1. Uji Validitas I	40
4.2. Uji Validitas II	42
4.3. <i>Average Variance Extracted (AVE) II</i>	44
4.4. <i>R Square Adjusted</i>	47
4.6. <i>Boostraping</i>	49



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner	60
2. Hasil Output PLS	64
3. Hasil Kuesioner	80

