

**PENGARUH SUASANA KEDAI, GAYA HIDUP, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN KOPI JANJI JIWA**

SKRIPSI



Nama : Rahmat Puji Raharjo

NIM : 43118010356

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022

**PENGARUH SUASANA KEDAI, GAYA HIDUP, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN KOPI JANJI JIWA**

Skripsi Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI - A

Nama : Rahmat Puji Raharjo
NIM : 43118010356

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

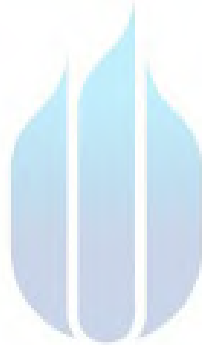
Nama : Rahmat Puji Raharjo

NIM : 43118010356

Program Studi : Manajemen S1

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Jakarta, 30 September 2022



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Rahmat Puji Raharjo
NIM: 43118010356

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rahmat Puji Raharjo
NIM : 43118010356
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Suasana Kedai, Gaya Hidup, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa
Tanggal Sidang : 30 Oktober 2022

Disahkan oleh:

Pembimbing



U N Dr. Daru Asih, SE., M.Si

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 10221636



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul “Pengaruh Suasana Kedai, Gaya Hidup, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat selesai jika tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak khususnya Ibu Dr. Daru Asih, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.. Atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis proposal skripsi ini, pribadi diri peneliti ingin berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. DR. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen.

5. Tarisa Natasya Nurzharifah, Nurul Monika, teman-teman dalam grup WA Manajemen Kondusip, dan Keluarga Cemara atas seluruh bantuan, diskusi, serta dukungan dalam penyusunan penelitian ini.
6. Teristimewa, Ibunda tercinta Ibu Sadiyem atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh do'a yang tidak ada hentinya ditujukan kepada peneliti.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian penelitian ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 September 2022

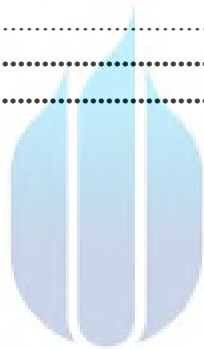


Rahmat Puji Raharjo
NIM: 43118010356

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
2. Perilaku Konsumen	12
3. Keputusan Pembelian	13
4. Suasana Kedai	15
5. Gaya Hidup	18
6. Citra Merek	20
7. Penelitian Terdahulu	22
B. Pengembangan Hipotesis	30
1. Pengaruh Suasana Kedai Terhadap Keputusan Pembelian	30
2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pelanggan	30
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Waktu dan Objek Penelitian	33
B. Desain Penelitian	33
C. Definisi dan Operasional Variabel	34
1. Definisi Variabel	34
2. Operasional Variabel	36
D. Skala Pengukuran	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian	39
1. Populasi	39
2. Sampel	39
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Metode Analisis Data	41
1. Analisis Deskriptif	41
2. Uji Instrumen	43

3. Analisis Partial Least Square	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran dan Objek Penelitian	47
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	47
1. Hasil Analisis Deskriptif Responden	48
2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel	51
C. Hasil Analisis Data SEM-PLS	55
1. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	55
2. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
D. Pembahasan Hasil Penelitian	67
1. Pengaruh Suasana Kedai Terhadap Keputusan Pembelian	67
2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	68
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	77



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Top Brand Award 2020 Kategori Kedai Kopi.....	5
1.2	Data Penjualan Perbulan Janji Jiwa 2018-2020.....	5
1.3	Pra-Survey	7
1.4	Gap Research.....	8
2.1	Penelitian Terdahulu	23
3.1	Operasional Variabel	37
3.2	Panduan Skala Likert	39
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan....	49
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	50
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	51
4.6	Uji Deskriptif Variabel Suasana Kedai	52
4.7	Uji Deskriptif Variabel Gaya Hidup.....	53
4.8	Uji Deskriptif Variabel Citra Merek	54
4.9	Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	54
4.10	Hasil Algoritma PLS	57
4.11	Nilai Cross Loading (Uji Validitas Diskriminan)	59
4.12	Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	60
4.13	Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	61
4.14	Nilai R-Square.....	62
4.15	Tabel Nilai F-Square	63
4.16	Hasil Uji Hipotesis	65

MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Konsumsi Kopi Indonesia (2017/2018-2019/2020)	1
1.2	Data Jumlah Kedai Kopi Janji Jiwa 2018-2020	4
2.1	Kerangka Konseptual	32
4.1	<i>Hasil Algoritma PLS</i>	56
4.2	Hasil Uji Bootstrapping	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Tabel Pertanyaan Pra-Survei.....	77
2	Kuesioner	78
3	Hasil Output SPSS	83
4	Hasil Output SmartPLS 3.0	86

