

**PENGARUH HARGA, *LIFE STYLE* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFEE*
*SHOP***

(Studi Pada Lenga *Space Coffee*)

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Siti Novi Nur Cahyani

NIM : 43119010408

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

JAKARTA

2023

**PENGARUH HARGA, *LIFE STYLE* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFEE*
*SHOP***

(Studi Pada Lenga *Space Coffee*)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



NIM : 43119010408

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

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Novi Nur Cahyani

NIM : 43119010408

Program Studi : S1 Manajemen

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 (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 10 April 2023



Siti Novi Nur Cahyani

NIM: 43119010408

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Siti Novi Nur Cahyani
NIM : 43119010408
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, LIFE STYLE DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE SHOP
(Studi Pada Lenga Space Coffee)
Tanggal Sidang : 22 Juni 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Indra Raharja, ST., MBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 07232545



Please Scan QRCode to Verif

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah serta anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, *Life Style* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Coffee Shop*”. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama penyusunan proposal skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil, maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian proposal skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis proposal skripsi ini, pribadi diri peneliti ingin berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

- a. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana;
- b. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
- c. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen;
- d. Bapak Indra Raharja, ST, MBA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini;
- e. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen;

- f. Teristimewa, ibunda tercinta, bapak tercinta, serta adik-adikku atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh doa'a yang tidak ada hentinya ditujukan kepada peneliti;
- g. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doa yang telah diberikan.

Dengan segenap hati, penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kriteria yang sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman serta pengetahuan yang dimiliki peneliti dalam membuat Skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya, Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam Skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 April 2023



Siti Novi Nur Cahyani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen Pemasaran	14
2. Keputusan Pembelian	16
3. Harga	19
4. <i>Life Style</i>	24
5. <i>Word Of Mouth</i>	27
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Pengembangan Hipotesis	33
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	33
2. Pengaruh <i>Life Style</i> terhadap Keputusan Pembelian	34
3. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	34
D. Kerangka Konseptual	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain Penelitian	37

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	38
1. Variabel Independen (Variabel Eksogen)	38
2. Variabel Dependen (Variabel Endogen)	38
3. Definisi Operasional Variabel	39
D. Skala Pengukuran Variabel	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian	43
1. Populasi Penelitian	43
2. Sampel Penelitian	44
F. Metode Pengumpulan Data	45
1. Kuesioner	45
2. Metode Kuesioner Online	45
G. Metode Analisis Data	46
1. Analisis Deskriptif	46
2. Uji Instrumen	47
3. Metode Structural Equation Modeling-Partial Least Square	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
B. Analisis Data	55
1. Analisis Deskriptif Responden	55
2. Deskriptif Jawaban Responden	58
3. Analisis Partial Least Square	62
C. Pembahasan	72
1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	72
2. Pengaruh <i>Life Style</i> Terhadap Keputusan Pembelian	73
3. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	74
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1. 1	Data Per Menu Pada Lengg Coffe	8
Tabel 1. 2	Data Penjualan Januari 2021 sampai April 2022	10
Tabel 1. 3	Hasil Pra Survey	11
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1	Tabel Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 3. 2.	Instrument Skala Likert	45
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	59
Tabel 4. 5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel 4. 6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Harga	61
Tabel 4. 7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Life Style	62
Tabel 4. 8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Word Of Mouth	63
Tabel 4. 9	Hasil Uji Convergent Validity	66
Tabel 4. 10	Hasil Uji Discriminant Validity	67
Tabel 4. 11	Hasil Uji Average Variance Extracted	68
Tabel 4. 12	Hasil Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	69
Tabel 4. 13	Hasil uji R-Square	70
Tabel 4. 14	Hasil Uji Q ² -Square	71
Tabel 4. 15	Hasil Uji Hipotesis	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1. 1	Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)	2
Gambar 1. 2	Grafik Perkembangan Kedai Kopi di Indonesia	4
Gambar 2. 1	Kerangka Konseptual	36
Gambar 4. 1	Hasil Uji Convergent Validity	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	83
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	88
Lampiran 3	Hasil Uji Statistik Deskriptif	101
Lampiran 4	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	104
Lampiran 5	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	106
Lampiran 6	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i>	106
Lampiran 7	Hasil Uji Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	106
Lampiran 8	Hasil Uji R-Square	106
Lampiran 9	Hasil Uji Nilai Q^2	106
Lampiran 10	Hasil Uji Model Fit	107
Lampiran 11	Hasil Uji Bootstrapping	108
Lampiran 12	Tampak Depan <i>Coffee Shop</i>	109
Lampiran 13	Tampak Dalam <i>Coffee Shop</i>	109
Lampiran 14	Beberapa Foto Produk <i>Coffee</i> dan <i>Non Coffee</i>	109