

**PENGARUH SUASANA TOKO, GAYA HIDUP DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI
NAKO**

SKRIPSI



Nama : Eva Juliani

NIM : 43120010274

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

2024

PENGARUH SUASANA TOKO, GAYA HIDUP DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI NAKO

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

Universitas Mercu Buana

Jakarta.



Nama : Eva Juliani

NIM : 43120010274

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

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eva Juliani
NIM : 43120010274
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, 3 Desember 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Eva Juliani

43120010274

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Eva Juliani
NIM : 43120010274
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Suasana Toko, Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nako
Tanggal Sidang : 24 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Febrina Mahliza, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244302



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Suasana Toko, Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nako. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen Kopi Nako Jakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak minimum 150 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis data yang di gunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dan hipotesis di uji menggunakan *Structural Equation Model (SEM) PLS* dengan *software SmartPLS (Partial Least Square)* program. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Suasana Toko berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Suasana Toko, Gaya Hidup, Promosi, Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of store atmosphere, lifestyle and promotions on purchasing decisions at Nako coffee Jakarta. The subjects in this study were consumers of Kopi Nako Jakarta. The samples in this study was a minimum of 150 respondents. The data used in this study used a questionnaire instrument. The sampling method used in this study was purposive sampling method. The data analysis method used is qualitative descriptive analysis and the hypothesis is tested using the Structural Equation Model (SEM)PLS with the SmartPLS (Partial Least Square) software program. The results of this research indicate that the store atmosphere has a significant positive effect on purchasing decisions. Lifestyle has a significant positive effect on Purchasing Decisions and Promotion has a significant positive effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Store Atmosphere, Lifestyle, Promotions, Purchasing Decisions.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Suasana Toko, Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nako**". Proposal skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada Ibu Febrina Mahliza, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu dan nasihat - nasihat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini. Dan juga pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof Dr. Andi Andriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Daru Asih, Dr., M.Si, selaku Dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran
5. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
6. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
7. Seluruh teman-teman saya yang telah memberikan dukungan secara emosional serta membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini.

8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
9. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. 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, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 22 Juli 2024



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Eva Juliani

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 I 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	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Perilaku Konsumen	12
2. Keputusan Pembelian	18
3. Suasana Toko.....	24
4. Gaya Hidup.....	30
5. Promosi.....	40
B. Penelitian Terdahulu.....	46
C. Pengembangan Hipotesis	51
D. Kerangka Konseptual	53
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	55
B. Desain Penelitian.....	55
C. Pengertian dan Operasional Variabel	56
1. Definisi Variabel.....	57
2. Operasional Variabel	58

D. Skala Pengukuran.....	63
E. Populasi dan Sampel Penelitian	64
1. Populasi Penelitian	64
2. Sampel Penelitian	65
F. Metode Pengumpulan Data	66
G. Metode Analisis Data	68
1. Analisis Deskriptif.....	68
2. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	76
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	76
B. Statistik Deskriptif	77
1. Deskripsi Responden	77
2. Deskripsi Variabel	80
C. Analisis <i>Partial Least Square</i>	83
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	84
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	91
D. Pembahasan Hasil Penelitian	95
1. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (H1)	95
2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (H2)	98
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (H3)	100
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	103
1. Kesimpulan	103
2. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survey.....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	58
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert.....	64
Tabel 3. 3 <i>Rule of Thumb</i> Validitas <i>Outer Model</i> Reflektif.....	72
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi	79
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	79
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Suasana Toko (X1)	80
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup (X2).....	81
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi (X3)	82
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	83
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Convergent Validity	86
Tabel 4. 10 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading).....	87
Tabel 4. 11 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	89
Tabel 4. 12 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterion)	90
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha.....	90
Tabel 4. 14 Hasil Uji Nilai R-Square	91
Tabel 4. 15 Hasil Uji Nilai F-Square.....	92
Tabel 4. 16 Hasil Uji Nilai Q-Square (Q^2)	93
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis	94

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsumsi Kopi di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan <i>Coffee Shop</i> di Indonesia	3
Gambar 1. 3 <i>Outlet</i> Kopi Nako Indonesia.....	4
Gambar 1. 4 Data Pesaing <i>Coffe Shop</i> Lokal.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	54
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS	85
Gambar 4. 2 Hasil Uji Bootstrapping.....	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	110
Lampiran 2. Hasil Kuesioner	116
Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data	139
Lampiran 4. Hasil Output SEM-PLS 4.0	144

