

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN
DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

AHMAD RAIS

NIM: 20181221006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA
2023**

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN
DI SURABAYA**

Diajukan guna memenuhi
Salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen



Oleh:

AHMAD RAIS

NIM: 20181221006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNTVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA
2023**

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Rais

NIM : 20181221006

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi saya adalah karya pribadi saya sendiri dan bukan plagiasi dari penelitian orang lain serta tanpa bantuan dari orang lain kecuali narasumber penelitian dan pembimbing akademik.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terbukti ada kesalahan atau kebohongan dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima konsekuensi akademik, termasuk pencabutan gelar yang saya peroleh atas karya saya ini, serta konsekuensi lain yang sesuai dengan ketentuan Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 15 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,



Ahmad Rais

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN
DI SURABAYA

Diajukan Oleh :

AHMAD RAIS

NIM : 20181221006

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tandatangan

Tanggal

1. Dra. Siti Salbiyah, M.Kes.


2 Feb 2023

2. Asyidatur Rosmaniar, SE., M.Pd


12 Apr 2023

Mengetahui,

Dekan,

Dr. Mochamad Mochkias, S.Si., MM

Ketua Program Studi,

Rina Maretasari, SM., M.M.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN
DI SURABAYA**

Nama : AHMAD RAIS

NIM : 20181221006

**Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya**

**Pada Hari/Tanggal : Senin / 15 Mei 2023
Pukul : 08.00 WIB sampai dengan 09.30 WIB**

Komisi Penguji terdiri dari

Ketua Penguji

Dra. Siti Salbiyah, M.Kes.

Anggota I

Dr. Mohammad Anang Firmansyah, MM.

Anggota II

Asyidatur Rosmaniar, SE., M.Pd

Dekan,

Dr. Mochamad Mochdas, S.Si., MM

Mengetahui,

**Ketua
Program Studi,**

Rina Maretasari, SM., M.SM.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayahnya penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan, dan digunakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penulisan Skripsi ini, peneliti banyak mendapat bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. dr. Sukadiono, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Dr. Mochammad Mochklas, S.Si., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Rina Maretasari SM., M.SM selaku ketua Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Dra. Siti Salbiyah, M.Kes. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan dan arahan untuk penulisan skripsi ini.
5. Asyidatur Rosmaniar, SE., M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan dan arahan untuk penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan selama mengenyam bangku perkuliahan.
7. Seluruh Karyawan Universitas Muhammadiyah Surabaya, atas dukungan dan bantuan kepada penulis selama perkuliahan berlangsung sampai dengan selesai di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
8. Kedua orang tua, Ayahanda Ahmad Muhamadi dan Ibunda Sukirah yang telah memberikan pendidikan kepada anaknya serta lewat doa, dorongan, dan

semangat selama kuliah di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

9. Teman-teman yang selalu mendukung serta mendoakan kelancaran dalam penulisan Skripsi ini.
10. Kepada Store Manager Kopi Kenangan Ruko Manyar dan Ruko Ngagel atas terlaksananya penelitian ini hingga selesai.
11. Semua pihak yang telah mendukung dan terlibat dalam penulisan Skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata Semoga amal kebaikan dan semua mendapat imbalan yang luar biasa dari Allah SWT, semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi kepada para pembaca.

Surabaya, 15 Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT | iii |
| PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI | iv |
| PENGESAHAN PANITIA PENGUJI | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II | 8 |
| KAJIAN PUSTAKA | 8 |
| A. Landasan Teori | 8 |
| 1. Pemasaran (Marketing)..... | 8 |
| 2. Gaya Hidup | 11 |
| 3. Promosi | 16 |
| 4. Kualitas Produk..... | 18 |
| 5. Keputusan Pembelian | 21 |
| B. Temuan Terdahulu | 26 |
| C. Kerangka Konsep dan Model Analisis | 33 |
| D. Hipotesis | 34 |
| BAB III | 35 |

| | |
|---|----|
| METODE PENELITIAN | 35 |
| A. Pendekatan Penelitian | 35 |
| 1. Variabel Bebas | 35 |
| 2. Variabel Terikat | 35 |
| B. Definisi Operasional Variabel | 36 |
| 1. Gaya hidup (X1) | 36 |
| 2. Promosi (X2)..... | 36 |
| 3. Kualitas Produk (X3)..... | 37 |
| 4. Keputusan Pembelian (Y)..... | 37 |
| C. Populasi dan Teknik Sampling | 38 |
| D. Lokasi dan waktu Penelitian | 40 |
| E. Metode dan Teknik pengumpulan data..... | 40 |
| F. Teknik mengolah data..... | 42 |
| 1. Uji Instrumen | 42 |
| 2. Uji Asumsi Klasik..... | 43 |
| 3. Uji Regresi Linier Berganda | 45 |
| 4. Analisis Koefisien Determinan Berganda (R^2) Dan Koefisien Korelasi Berganda (R) | |
| 46 | |
| 5. Uji Hipotesis | 46 |
| BAB IV | 48 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 48 |
| A. Kondisi Objektif Perusahaan | 48 |
| B. Deskripsi Data Hasil Penelitian | 49 |
| 1. Deskripsi Karakteristik Responden | 49 |
| 2. Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan..... | 52 |
| C. Uji Kualitas Data | 56 |
| 1. Uji validitas..... | 56 |
| 2. Uji Reliabilitas | 57 |
| D. Uji Asumsi Klasik..... | 58 |
| 1. Uji Normalitas..... | 58 |

| | |
|--|-----|
| 2. Uji Multikolonieritas..... | 59 |
| 3. Uji Heteroskedastisitas | 60 |
| 4. Uji Autokorelasi..... | 61 |
| 5. Analisis Regresi Linier Berganda | 62 |
| E. Pengujian Hipotesis | 63 |
| 1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)..... | 63 |
| 2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) | 65 |
| 3. Koefisien Determinasi Parsial (Uji Variabel Dominan)..... | 66 |
| 4. Uji Determinan (R Square) | 67 |
| 5. Pembahasan | 68 |
| BAB V | 71 |
| PENUTUP | 71 |
| A. Kesimpulan | 71 |
| B. Saran | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 73 |
| LAMPIRAN | 76 |
| SK Dosen Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping..... | 76 |
| Surat Ijin Penelitian | 77 |
| Lokasi Penelitian | 78 |
| Kuesioner Penelitian..... | 79 |
| Tabulasi Identitas Responden..... | 82 |
| Tabulasi Data..... | 85 |
| Hasil Olah SPSS | 90 |
| Tabel F..... | 95 |
| Tabel t..... | 98 |
| Tabel r..... | 101 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Interval Koefisiensi Korelasi | 46 |
| Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner..... | 49 |
| Tabel 4.1 Penilaian Responden Terhadap Variabel Gaya hidup | 52 |
| Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Promosi | 53 |
| Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk..... | 54 |
| Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian..... | 55 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas | 57 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas | 58 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas..... | 60 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi..... | 62 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Linier Berganda | 62 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)..... | 64 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis (Uji F) | 66 |
| Tabel 4.12 Koefisien Determinasi Parsial | 67 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji R..... | 67 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi Dari Tahun 2014 – 2019 | 2 |
| Gambar 2.1 Kerangka Konsep..... | 33 |
| Gambar 2.2 Model Analisis | 34 |
| Gambar 4.1 Logo Perusahaan..... | 48 |
| Gambar 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden..... | 50 |
| Gambar 4.3 Karakteristik Responden Terhadap Usia | 50 |
| Gambar 4.4 Karakteristik Responden Terhadap Pendidikan Terakhir..... | 51 |
| Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan..... | 51 |
| Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Total Pendapatan..... | 52 |
| Gambar 4.7 Uji normalitas | 59 |
| Gambar 4.8 Hasil uji Heteroskedastisitas..... | 61 |

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Arif, M. (2018). Pengaruh Store Atmosfer, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Soban Cafe Medan. *Pengaruh Harga Diskon Dan Persepsi Produk Terhadap Nilai Belanja Serta Perilaku Pembelian Konsumen*, 7(9), 27–44.
- Budiyanto, A. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Gerai Kopi Starbucks Di Senayan City. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(2), 121–140.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Satu Nusa.
- Fatihudin, D. (2015). *METODE PENELITIAN: Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi - Dr.Didin Fatihudin,SE.,M.Si - Google Buku*. Zifatama Jawara.
- Firmansyah, D. F. A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalis Pelanggan)*. Deepublish.
<https://books.google.co.id/books?id=txyPDwAAQBAJ>
- Ghozali, I. (2016). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *ThaqAfiiyAT*, 13(1), 188–204.
- Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>
- Ibrahim, H. M., & Sudaryanto, B. (2019). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KEDAI KOPI “KopiKitaKami” DI KABUPATEN TEMANGGUNG). *Diponegoro Journal of Management*, 8(4), 55–67.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/25520/22632>
- Ibrahim, K., Triwardhani, D., & Marzuki, F. (2020). Analisis Keputusan Pembelian Kopi Kenangan Pada Generasi Milenial. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 643–655.

- Kotler, P, & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall.
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2014a). *Principle Of Marketing 15th edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2014b). *Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Erlangga.
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (1st ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Marketing Management*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2011). *Manajemen pemasaran jasa* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Puranda, N. R., & Madiawati, P. N. (2017). Pengaruh perilaku konsumen dan gaya hidup terhadap proses keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. *Bisnis Dan Iptek*, 10(1), 25–36.
<http://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/bistek/article/viewFile/180/248>
- Rosmayati, I., Hanifah, H. S., & Budiman, A. F. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kopi pada Mahkota Java Coffee Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 19(3), 186. <https://doi.org/10.52434/jwe.v19i3.936>
- Selvi, S., & Ningrum, L. (2020). Gaya Hidup Minum Kopi Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus Pada Kopi Kenangan Gandaria City - Jakarta). *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, 14(01), 23–30.
<https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v14i01.15>
- Setyawan, M. A. (2017). *Strategi kopi kenangan dalam membangun loyalitas pelanggan*. 129.
- Siti Nur Nahya, N.Rachma, A. R. S. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen DRK Cafe Bondowoso). *Universitas Islam Malang*, 8(11), 1–16.
- Subarto, S., & Kurniawaty, E. (2021). Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Di Kopi Kenangan Cabang RS. Mayapada Lebak Bulus Jakarta Selatan. *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 9(2), 94. <https://doi.org/10.32493/jk.v9i2.y2021.p94-100>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran* (1st ed.).

- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan promosi terhadap proses Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, Vol.26(2), 146–154.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Andi Offset.
- Utamaningsih, N. Y. M. dan A. (2021). Pengaruh Minat Beli, Lokasi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di DS Cafe Aceh. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7, 137–140.
- Wahyuningtyas, Y. E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Gaya Hidup (Lifestyle) Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Hitz. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- Wowor, S., Messie, J. D. D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seruput Coffee Company Tomohon Di Masa Pandemi. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1472–1481.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35803>