



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS COFFEE WILAYAH
TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

AKHSANUL KHOLIQUIN 1910111122

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**



**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS COFFEE WILAYAH
TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

AKHSANUL KHOLIQUIN 1910111122

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Akhsanul Kholiqin

NIM : 1910111122

Bilamana di kemudian hari diteumkan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 8 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Akhsanul Kholiqin)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Akhsanul Kholiqin
NIM : 1910111122
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS COFFEE WILAYAH TANGERANG SELATAN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 8 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Akhsanul Kholiqin)

SKRIPSI

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, HARGA DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
STARBUCKS COFFEE WILAYAH TANGERANG SELATAN**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Akhsanul Kholiqin 1910111122

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 21 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dra. Bernadin Dwi M, MM
Ketua Penguji



Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA, CWM
Penguji I



Yulinjar, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidayati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 21 Desember 2022

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, PRICE AND LIFESTYLE
ON PURCHASE DECISIONS AT STARBUCKS COFFEE
TANGERANG SELATAN REGION***

By Akhsanul Kholiqin

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of store atmosphere, price and lifestyle on consumer purchasing decisions of Starbucks Coffee South Tangerang. This research is a quantitative research with the type of data used is primary data with a total sample of 100 determined using the Lemeshow formula, the criteria are determined by purposive sampling. Data is collected by questionnaire using google form. The analysis technique in this study is descriptive analysis and inferential analysis, using the SmartPLS 3.2.8 test tool with a significance level of 0.05 (5%). The results of the test prove that (1) there is a significant influence of store atmosphere on purchasing decisions (2) there is no significant effect of price on purchasing decisions and (3) there is no significant influence of lifestyle on purchasing decisions.

Keywords: *Store Atmosphere, Price, Lifestyle, Purchasing decision*

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, HARGA DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS COFFEE
WILAYAH TANGERANG SELATAN**

Oleh Akhsanul Kholiqin

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari store atmosphere, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen Starbucks Coffee Tangerang Selatan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis data yang digunakan adalah data primer dengan jumlah sampel sebanyak 100 ditentukan menggunakan rumus Lemeshow yang kriterianya ditentukan dengan purposive sampling. Data dikumpulkan dengan kuesioner menggunakan *google form*. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial, menggunakan alat uji SmartPLS 3.2.8 dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%). Hasil dari pengujian membuktikan bahwa (1) terdapat pengaruh signifikan store atmosphere terhadap keputusan pembelian (2) tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian (3) tidak terdapat pengaruh signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Store Atmosphere, Harga, Gaya Hidup, Keputusan pembelian



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Rabu , tanggal 21 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Akhsanul Kholiqin

No.Pokok Mahasiswa : 1910111122

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Coffee Wilayah Tangerang Selatan

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Bernadin Dwi, MM	Ketua	1.
2	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Anggota I	2.
3	Yuliniar, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 21 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprosdi. Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Coffee Wilayah Tangerang Selatan”. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakningsih Ariefiara, SE.Ak., M.Ak., CA., CSRS, Ibu Dr. Desmintari, S.E, M.M., dan Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M.,

Kemudian dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan secara moril maupun materil sehingga pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak memberi bantuan kepada penulis. Terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Yuliniar, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan arahan kepada penulis di dalam skripsi ini.
2. Ibu Lina Aryani, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang juga telah memberikan banyak bantuan dan arahan sejak awal perkuliahan.
3. Keluarga: Bapak Nasiwan dan Ibu Manisem selaku orang tua serta Omar Darmawan selaku adik yang menjadi salah satu motivasi peneliti dalam menyelesaikan pendidikan di S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta.
4. Teman-teman yang kerap kali berkunjung kerumah: Rimba, Radit, Riki, Avif, Shabah, Haikal dan Ridho yang sering kali menemani, membantu dan mendengarkan keluh kesah penulis.
5. Teman-teman grup Sahabat Otan: Rafli Aditya R., Raihan Fito Ananta, Raihan Hilmi, Hero Fariqo, Fauzan Akhyar, Bimo Hadisaputro dan, Yudi Iskandar yang selalu berbagi suka dan duka dalam penyelesaian skripsi.

Akhir kata peneliti mengucapkan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat ketidak sempurnaan dalam penulisan proposal skripsi ini. Peneliti berharap agar penelitian ini memiliki manfaat bagi berbagai pihak.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Landasan Teori	9
II.1.1 Pemasaran	9
II.1.2 Perilaku Konsumen	10
II.1.3 Keputusan Pembelian.....	11
II.1.4 <i>Store Atmosphere</i>	16
II.1.5 Harga.....	18
II.1.6 Gaya Hidup	21
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	23
II.3 Model Penelitian.....	31
II.4 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
III.1.1 Definisi Operasional	33
III.1.2 Pengukuran Variabel	34
III.2 Populasi dan Sampel	34

III.2.1	Populasi.....	34
III.2.2	Sampel	35
III.3	Teknik Pengumpulan Data	36
III.3.1	Jenis Data.....	36
III.3.2	Sumber Data	36
III.3.3	Pengumpulan Data.....	37
III.4	Teknik Analisis Data	38
III.4.1	Teknik Analisis Data Deskriptif	38
III.4.2	Teknik Analisis Inferensial.....	40
III.4.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	45
III.4.4	Uji Hipotesis	47
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	49
IV.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	49
IV.1.1	Starbucks Coffee	49
IV.2	Deskripsi Data Penelitian.....	50
IV.2.1	Deskripsi Data Responden	50
IV.2.2	Analisis Data Deskriptif	53
IV.3	Uji Hipotesis dan Analisis.....	58
IV.3.1	Model Pengukuran (<i>outer model</i>).....	58
IV.3.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	64
IV.3.3	Uji Hipotesis	66
IV.4	Pembahasan.....	68
IV.4.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	68
IV.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	69
IV.4.3	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	70
IV.5	Keterbatasan Penelitian.....	71
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	72
V.1	Simpulan.....	72
V.2	Saran.....	73
	DAFTAR PUSTAKA	75
	RIWAYAT HIDUP	80
	LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Index Fase 2 2022 Kategori Café/Kopi	3
Tabel 2. Top Brand For Gen-Z Index 2022 Kategori Cafe/Tempat Nongkrong	3
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya	28
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 5. Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 6. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	37
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks Responden	39
Tabel 8. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha</i>	46
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	52
Tabel 13. Karakteristik Responden Mahasiswa Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku.....	53
Tabel 14. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel keputusan Pembelian...53	
Tabel 15. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Store Atmosphere</i>	55
Tabel 16. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga	56
Tabel 17. Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup	57
Tabel 18. <i>Outer Loading Factor</i> Hasil <i>Output SmartPLS</i>	60
Tabel 19. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	61
Tabel 20. Cross Loading	62
Tabel 21. Composite Reliability	63
Tabel 22. Cronbach's Alpha	64
Tabel 23. R-Square	65
Tabel 24. <i>Q-Square</i>	66
Tabel 25. Uji <i>Bootstrapping</i>	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Konsumsi Kopi Indonesia	2
Gambar 2. Ulasan Starbucks	5
Gambar 3. Ulasan Starbucks	6
Gambar 4. Kerangka Penelitian	31
Gambar 5. Langkah-Langkah PLS	41
Gambar 6. Inner Model	42
Gambar 7. Outer Model	43
Gambar 8. Kerangka Model Penelitian.....	44
Gambar 9. Hasil Pengujian Outer Model.....	59
Gambar 10. Hasil Pengujian Inner Model	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner
- Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 5. Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 6. Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 7. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 8. T-Tabel
- Lampiran 9. Hasil Turnitin