



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
FORE COFFEE SENOPATI
(STUDI PADA MASA PANDEMI COVID19)**

SKRIPSI

KEVIN ARYA PRAJASANTANA 1610111110

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
FORE COFFEE SENOPATI
(STUDI PADA MASA PANDEMI COVID19)**

SKRIPSI

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

KEVIN ARYA PRAJASANTANA 1610111110

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Kevin Arya Prajasantana

NIM : 1610111110

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Jakarta, 2 Februari 2021

Yang menyatakan,



(Kevin Arya P)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Kevin Arya Prajasantana
NIM : 1610111110
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Fore Coffee Senopati (Studi Pada Masa Pandemi COVID19)

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 saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 2, Februari 2021



SKRIPSI

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN FORE COFFEE SENOPATI (STUDI PADA MASA PANDEMI COVID19)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

KEVIN ARYA PRAJASANTANA 1610111110

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 2 Februari 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Tati Handayani, S.E, M.M
Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, M.M
Penguji I



Dra. Bernadin Dwi, M. M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arietiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS.
Dekan



Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 2 Februari 2021

**ANALYSIS OF FORE COFFEE SENOPATI CONSUMER
PURCHASE DECISIONS
(STUDY IN THE PANDEMIC TIME OF COVID19)**

By Kevin Arya Prajasantana

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine the effect of lifestyle, promotion, and product quality on purchasing decisions. The population in this study were visitors who purchased drinks at the Fore Coffee Senopati coffee shop, South Jakarta during the COVID19 pandemic. The sample size was taken by 75 respondents, with a non-probability sampling technique with purposive sampling method. Data collection was carried out using quantitative data with a questionnaire. The analysis technique used is descriptive and inferential with the PLS (Partial Least Square) analysis method of SmartPLS 3.2.8 software. The result of this study is that lifestyle does not have a significant and positive effect on purchasing decisions with a path coefficient of 0.066. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions with a path coefficient value of 0.444. Product quality has a significant and positive effect on purchasing decisions with a path coefficient value of 0.388. The results of the determinant coefficient of lifestyle, promotion and product quality variables have an effect of 61.2% on purchasing decisions and 38.8% are influenced by other variables such as location and working hours.

Keywords: *Lifestyle, Promotion, Product Quality, Purchase Decision*

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN FORE COFFEE SENOPATI (STUDI PADA MASA PANDEMI COVID19)

Oleh Kevin Arya Prajasantana

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang melakukan pembelian minuman di kedai kopi Fore Coffee Senopati, Jakarta Selatan pada masa pandemi COVID19. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan teknik pengambilan sampel non-probability sampling dengan metode sampel purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan data kuantitatif dengan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif dan inferensial dengan metode analisis PLS (Partial Least Square) *software* SmartPLS 3.2.8. Hasil dari penelitian ini adalah gaya hidup tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,066. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,444. Kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,388. Hasil koefisien determinan variabel gaya hidup, promosi dan kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 61,2% terhadap keputusan pembelian dan 38,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain seperti lokasi dan jam kerja.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id


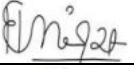

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2020/2021

Telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi dihadapan Tim pada hari Senin,
tanggal 2 Februari 2021 :

Nama : Kevin Arya Prajasantana
NIM : 1610111110
Program : Manajemen S1
Judul Skripsi/Tesis :
Analisis Keputusan Konsumen Fore Coffee Senopati (Studi Pada Masa Pandemi COVID19)

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / ~~Tidak Lulus~~ ***)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, S.E., M.M.	Ketua Penguji	
2	Dra. Heni Nastiti, M.M.	Penguji I	
3	Dra. Anastasia Bernadin Dwi M, M.M.	Penguji II **)	

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 2 Februari 2021
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kepala Program Studi
Manajemen Program Sarjana



Wahyudi, S.E, M.M.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Fore *Coffee* Senopati (Studi Pada Masa Pandemi COVID19)”**. Dengan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis juga tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra.Bernadin Dwi,M,.M.M selaku dosen pembimbing I, dan Pak Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M. pembimbing II yang selalu memberikan motivasi, semangat, saran dan nasihat yang bermanfaat selama penulisan menjadi mahasiswa di UPN Veteran Jakarta. Lalu, penulis juga ucapkan terima kasih kepada Bapak Wahyudi, S.E,.M.M sebagai ketua program studi yang telah membimbing penulis dalam bidang akademik. Selain itu, penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada bapak-ibu dosen serta para staff dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan perkuliahan sampai lulus dari UPN Veteran Jakarta. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada orang tua yang sangat penulis cintai, nenek dan kakak yang telah memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan usulan penelitian ini. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman terdekat yaitu Snowy, Cemong dan Gembul yang selalu menemani penulis dan selalu memberikan semangat, serta teman-teman Manajemen angkatan 2016 yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama skripsi ini dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat pada orang banyak baik sekarang ataupun dimasa yang akan datang.

Jakarta, 2 Februari 2021

Kevin Arya Prajasantana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISNALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	8
II.2 Tinjauan Pustaka	12
II.2.1 Pemasaran.....	12
II.2.2 Keputusan Pembelian	13
II.2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian	13
II.2.2.2 Proses Keputusan Pembelian	14
II.2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
II.2.2.4 Struktur Keputusan Pembelian.....	16
II.2.2.5 Peran Dalam Keputusan Pembelian	17
II.2.3 Gaya Hidup	18
II.2.3.1 Definisi Gaya Hidup.....	18
II.2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	18
II.2.3.3 Pengukuran Gaya Hidup	20
II.2.4 Promosi.....	21
II.2.4.1 Definisi Promosi.....	21
II.2.4.2 Dimensi Promosi	21
II.2.4.3 Tujuan Promosi	23
II.2.5 Kualitas Produk	24
II.2.5.1 Definisi Kualitas Produk	24
II.2.5.2 Dimensi Kualitas Produk	25
II.3 Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	26
II.4 Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	27
II.5 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	27

II.6	Model Penelitian Empirik	27
II.7	Hipotesis.....	28
BAB III	METODE PENELITIAN	29
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
III.1.1	Definisi Operasional.....	29
III.1.2	Pengukuran Variabel	30
III.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	30
III.2.1	Populasi	30
III.2.2	Sampel.....	30
III.3	Teknik Pengumpulan Data	31
III.3.1	Jenis Data	31
III.3.2	Sumber Data.....	31
III.3.3	Pengumpulan Data	32
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	33
III.4.1	Teknik Analisis Data.....	33
III.4.1.1	Analisis Data Deskriptif.....	33
III.4.1.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	35
III.4.1.3	Cara Kerja <i>Partial Least Square (PLS)</i>	35
III.4.1.4	Langkah-Langkah <i>Partial Least Square (PLS)</i>	36
III.4.1.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
III.4.2	Koefisien Determinasi (R^2)	40
III.4.3	Uji Hipotesis.....	41
III.4.3.1	Uji Statistik t.....	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	43
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	43
IV.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	43
IV.2	Deskripsii Datai Objeki	45
IV.2.1	Deskripsii Datai Respondeni.....	45
IV.2.2	Analisisi Datai Deskriptifi.....	46
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	49
IV.3.1	Uji Validitas Konvergen.....	51
IV.3.2	Uji Validitas Diskriminan	52
IV.3.3	Uji Reliabilitas.....	53
IV.3.4	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	54
IV.3.5	<i>R Square</i>	54
IV.3.6	Uji t-Statistik	54
IV.4	Pembahasan	56
IV.4.1	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fore Coffee Senopati (Studi Pada Masa Pandemi COVID19)	56
IV.4.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fore Coffee Senopati (Studi Pada Masa Pandemi COVID19)	57
IV.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fore Coffee Senopati (Studi Pada Masa Pandemi COVID19).....	58

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	60
V.1	Simpulan.....	60
V.2	Keterbatasan Penelitian	61
V.3	Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA		63
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	<i>Top Brand Index</i> 2020 Kelompok Makanan dan Minuman Kedai Kopi Di Indonesia.....	3
Tabel 2.	Rata-Rata Penjualan Per Unit Fore Coffee Senopati	4
Tabel. 3	Matriks Penelitian Sebelumnya Penelitian Tekait Dengan Keputusan Pembelian	11
Tabel 4.	Pengukuran Psikografik/AIO	20
Tabel 5.	Pengukuran Variabel	30
Tabel 6.	Bobot Penilaian Skala Pengukuran Ordinal	32
Tabel 7.	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	32
Tabel 8.	Peringkat Jawaban Kuesioner	33
Tabel 9.	Interpretasi Nilai Presentase Responden	34
Tabel 10.	Tingkat Reabilitas Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	40
Tabel 11.	Karakteristik Responden Munurut Jenis Kelamin	45
Tabel 12.	Karakteristik Responden Menurut Usia	45
Tabel 13.	Interpretasi Nilai Presentase Responden	46
Tabel 14.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup	47
Tabel 15.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi.....	47
Tabel 16.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	48
Tabel 17.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 18.	<i>Outer Loading Factor</i>	51
Tabel 19.	<i>Average Variance Extracteds (AVE)</i>	52
Tabel 20.	Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 21.	<i>R Square</i>	54
Tabel 22.	Uji t-Statistik	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Produsen Kopi Terbesar Tahun 2018	1
Gambar 2. Grafik Konsumsi Kopi Nasional Tahun 2016-2021	2
Gambar 3. Model Penelitian Empirik	28
Gambar 4. Langkah-Langkah PLS.....	36
Gambar 5. Konstruksi Diagram Jalur.....	37
Gambar 6. <i>Outer Model</i>	50
Gambar 7. <i>Inner Model</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisis Inferensial
- Lampiran 7. Bukti Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 8. R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 9. Hasil Turnitin