



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN
(STUDI PADA GENERASI MILENIAL)**

SKRIPSI

KAMAL IBRAHIM 1610111036

**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN
(STUDI PADA GENERASI MILENIAL)**

SKRIPSI

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

KAMAL IBRAHIM 1610111036

**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Kamal Ibrahim

NIM : 1610111036

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

Jakarta, 30 Juli 2020

Yang menyatakan,



Kamal Ibrahim

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Kamal Ibrahim
NIM : 1610111036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen Program Sarjana
Jenis Karya : Skripsi

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

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN
(STUDI PADA GENERASI MILENIAL)**

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 sebagi pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 30 Juli 2020

Yang menyatakan,



Kamal Ibrahim

SKRIPSI

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN (STUDI PADA GENERASI MILENIAL)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

KAMAL IBRAHIM 1610111036

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 6 Juli 2020
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Prasetyo Hadi..SE.,MM.,CFMP.
Ketua Penguji



Rosali.,SE.,MM.
Penguji 1



Diana Triwardhani.,SE.,MM.
Penguji 2 (Pembimbing)



Dr. Desmintari.,SE.,MM.
Ketua Jurusan



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

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 30 Juli 2020

Analisis Keputusan Pembelian Kopi Kenangan

(Studi Pada Generasi Milenial)

Oleh

Kamal Ibrahim

Abstrak

Kajian ini merupakan sebuah kajian yang berjenis kuantitatif, yang bertujuan untuk memahami, menganalisis dan membuktikan pengaruh antara gaya hidup dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan generasi milenial yang membeli minuman Kopi Kenangan sebagai populasi penelitian. Ukuran sampel yakni 50 responden. Metode pengambilan sampel yakni *non probability sampling* serta teknik pengambilan sampel yakni *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data hasil kumpulan penyebaran kuesioner. Analisis data pada penelitian ini yakni metode analisis *partial least square* (PLS) dengan bantuan software *SmartPLS 3.0*. Hasil dari penelitian memperlihatkan bahwsanya adanya gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, serta *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : gaya hidup dan *word of mouth* dan keputusan pembelian.

Analysis Of Purchasing Decision Kopi Kenangan

(Study on Millennial Generation)

By

Kamal Ibrahim

Abstract

This research is a quantitative study that has the objective to find out, analyze and prove the influence of lifestyle and word of mouth on purchasing decisions. This study uses millennial generation who buy Kopi Kenangan as the study population. The sample size is 50 respondents. The sampling method is non probability sampling and the sampling technique is purposive sampling. This study uses data from the collection of questionnaires. Data analysis in this research is the method of partial least square (PLS) analysis with the help of SmartPLS 3.0 software. The results of the study show that lifestyle influences purchasing decisions, and word of mouth influences purchasing decisions.

Keywords : lifestyle, word of mouth and purchasing decision.

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 Kopi Kenangan (Studi Pada Generasi Milenial)**”. Dengan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan Bapak Wahyudi S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Serta ucapan terimakasih juga peneliti sampaikan kepada Ibu Diana Triwardhani S.E., M.M., dan Bapak Dr. Faisal Marzuki M.Pd., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan bantuan akademik selama masa perkuliahan.

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada orang tua yang sangat penulis cintai Bapak Sugeng Waluyo (Alm) dan Ibu Marpiah, kakak-kakak penulis Hadiyanto, Diah Sumarsih dan Rusmiana yang telah memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan usulan penelitian ini. Penulis juga sampaikan terimakasih kepada teman-teman tersayang Pemburu Hantu, ZigZag, Skripsi Pemasaran Grup, Warjok dan teman-teman Majelis Nurul Hikmah serta teman-teman Manajemen angkatan 2016 yang telah menemani dan 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, 20 Juni 2020

Kamal Ibrahim

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	8
I.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Tinjauan Pustaka	9
II.1.1 Pemasaran	9
II.1.2 Keputusan Pembelian.....	10
II.1.2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	10
II.1.2.2 Struktur Keputusan Pembelian	12
II.1.2.3 Faktor-Faktor Utama Penentu Keputusan Pembelian	13
II.1.2.4 Peran Dalam Keputusan Pembelian	14
II.1.3 Gaya Hidup	15

II.1.4	Word Of Mouth.....	16
II.1.4.1	Dimensi Word Of Mouth.....	16
II.1.4.2	Menciptakan Word Of Mouth Marketing.....	17
II.1.4.3	Bentuk Metode Penciptaan Word Of Mouth.....	18
II.2	Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	19
II.3	Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
II.4	Kerangka Pemikiran.....	20
II.5	Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN		22
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	22
III.1.1	Definisi Operasional.....	22
III.1.2	Pengukuran Variabel.....	23
III.2	Populasi dan Sampel	23
III.2.1	Populasi.....	23
III.2.2	Sampel.....	24
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	25
III.3.1	Jenis Data	25
III.3.2	Sumber Data.....	25
III.3.3	Pengumpulan Data	26
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	27
III.4.1	Teknik Analisis Data.....	27
III.4.1.1	Analisis Data	28
III.4.1.2	Analisis Inferensial.....	30
III.4.2	Uji Hipotesis	34
III.4.2.1	Uji Statistik t	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		36
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	36
IV.1.1	Profil Kopi Kenangan	36

IV.1.2 Menu dan Harga Kopi Kenangan.....	36
IV.2 Deskripsi Data Responden	38
IV.3 Teknik Analisis Data.....	41
IV.3.1 Analisis Deskriptif	41
IV.3.2 Analisis Inferensial.....	45
IV.3.3 Uji Hipotesis	55
IV.4 Pembahasan.....	57
IV.4.1 Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian.....	57
IV.4.2 Word Of Mouth Dengan Keputusan Pembelian	59
BAB V.....	61
V.1 Simpulan	61
V.2 Keterbatasan Penelitian.....	62
V.3 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Konsumsi Kopi di Indonesia	4
Tabel 2. <i>Top Brand Index</i> 2020 Kelompok Makanan dan Minuman	5
Tabel 3. Contoh Dimensi Gaya Hidup (AIO) pada Pengukuran Psikografik	15
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	23
Tabel 5. Bobot Penilaian Skala <i>Likert</i>	26
Tabel 6. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	27
Tabel 7. Peringkat Jawaban Responden.....	28
Tabel 8. Interpretasi Nilai Presentasi Responden	29
Tabel 9. Varian Rasa Dari Menu Kopi Kenangan	37
Tabel 10. Varian <i>Topping</i> Dari Menu Kopi Kenangan.....	37
Tabel 11. Harga Dari Menu Kopi Kenangan	37
Tabel 12. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 13. Karakteristik Berdasarkan Usia	39
Tabel 14. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 15. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
Tabel 16. Interpretasi Nilai Presentasi Responden	42
Tabel 17. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup	42
Tabel 18. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Word Of Mouth</i>	43
Tabel 19. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.	44
Tabel 20. <i>Outer Loading Factor</i>	51
Tabel 21. <i>Fornell-Lacker Criterium</i>	53
Tabel 22. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	53
Tabel 23. <i>Reliability</i> (CR).....	54
Tabel 24. <i>Croanchbach Alpha</i>	55
Tabel 25. <i>R Square</i>	55
Tabel 26. Uji Statistik t	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Presentase Usia Konsumen Dengan Kebiasaan Ngemil	3
Gambar 2. <i>Snack</i> Favorit Di Indoneisa	3
Gambar 3. Proses Keputusan Pembelian	11
Gambar 4. Model Penelitian Empirik	20
Gambar 5. Langkah-langkah <i>Partial Least Square</i> (PLS)	31
Gambar 6. Rancangan <i>Inner Model</i>	46
Gambar 7. <i>Outer Model</i> Keputusan Pembelian	47
Gambar 8. <i>Outer Model</i> Gaya Hidup	48
Gambar 9. <i>Outer Model Word Of Mouth</i>	48
Gambar 10. Konstruk Diagram Jalur	49
Gambar 11. <i>Outer Model</i>	50
Gambar 12. <i>Inner Model</i>	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner Dari 50 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisis Data Deskriptif
- Lampiran 7. Hasil *Output Outer Model* PLS
- Lampiran 8. Hasil *Output Inner Model* PLS
- Lampiran 9. Hasil *Output Model* PLS
- Lampiran 10. Hasil Turnitin