

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFEE*
SHOP RUMAH KOPI (RUMPI) JEMBER.**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

AMALIA WIDYA RAHINA

NIM. 1610411127

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2021

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFEE*
SHOP RUMAH KOPI (RUMPI) JEMBER.**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

AMALIA WIDYA RAHINA

NIM. 1610411127

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2021

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : Amalia Widya Rahina
N I M : 1610411127
P r o d i : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : *PENGARUH LIFESTYLE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE SHOP RUMAH KOPI (RUMPI) JEMBER*; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 19 Mei 2021

Yang menyatakan,

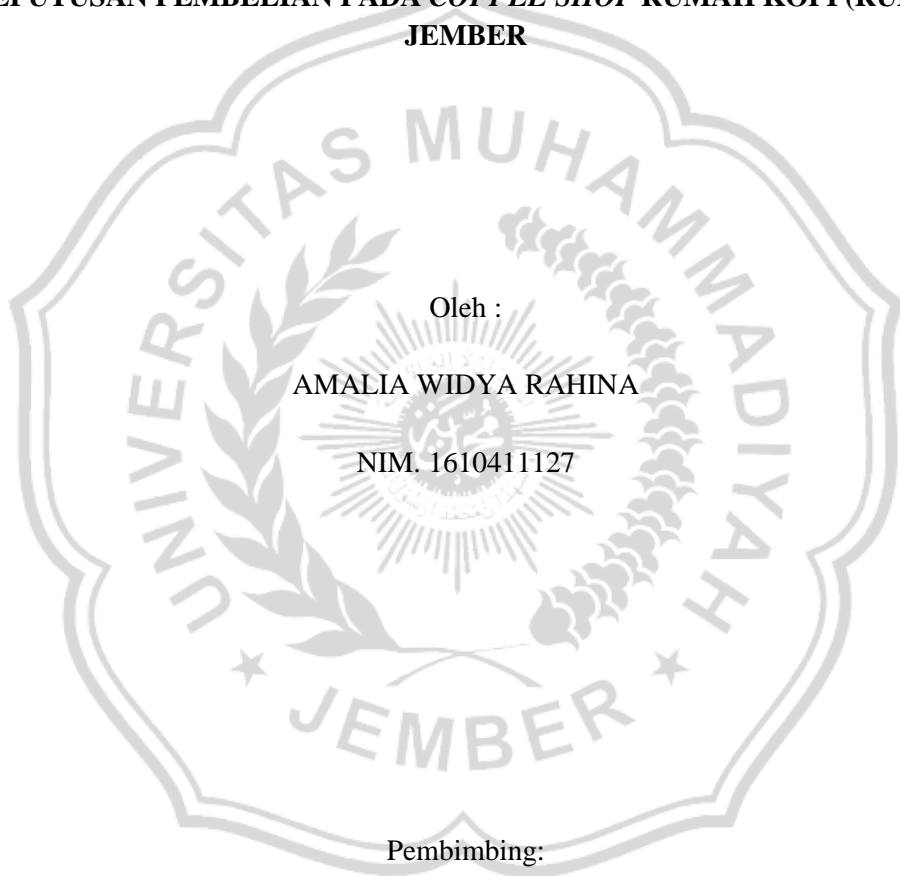


Amalia Widya Rahina

NIM. 1610411127

SKRIPSI

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFEE SHOP* RUMAH KOPI (RUMPI)
JEMBER**



Oleh :

AMALIA WIDYA RAHINA

NIM. 1610411127

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Toni Herlambang, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Pawestri Winahyu, S.Psi, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFEE SHOP* RUMAH KOPI (RUMPI) JEMBER, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari :
Tanggal :
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji,


Dr. Nurul Qomariah, MM
06 03 426

Anggota 1,


Dr. Toni Herlambang, MM
06 03 425

Anggota 2,


Pawestri Winahyu, S.Psi, MM
19820526.1.1703.800



Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP 19770 811 2005 01 2001

Mengesahkan:



Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM
NPK 0714058604

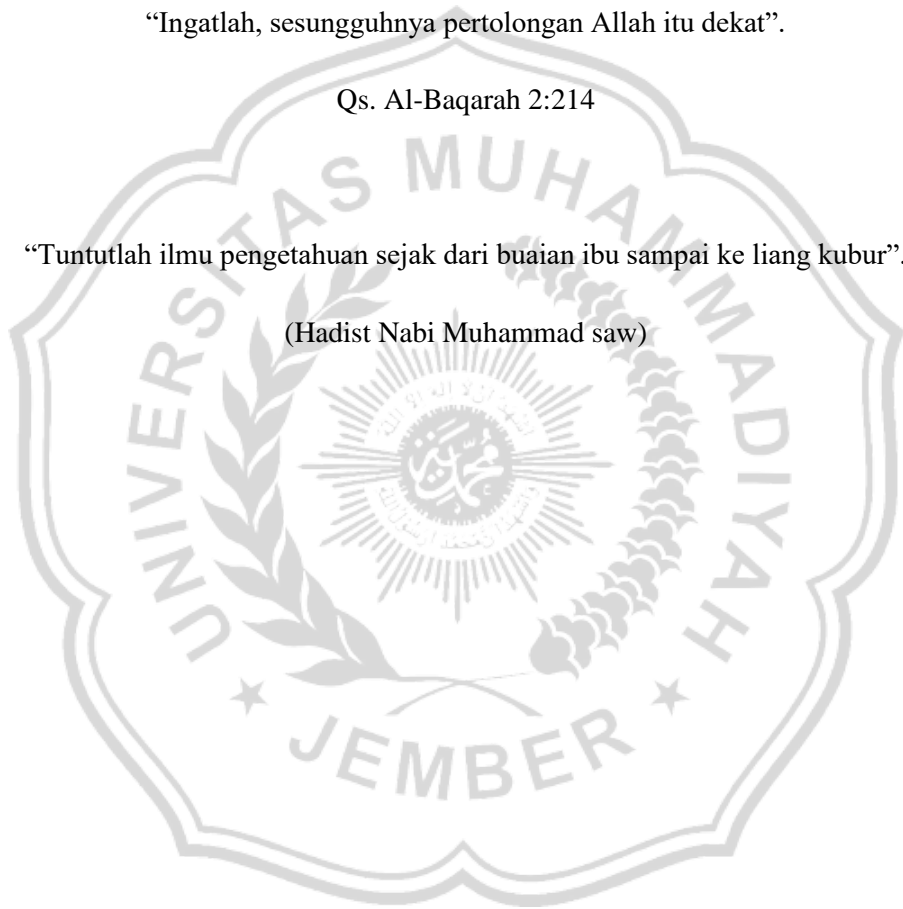
MOTTO

“Ingatlah, sesungguhnya pertolongan Allah itu dekat”.

Qs. Al-Baqarah 2:214

“Tuntutlah ilmu pengetahuan sejak dari buaian ibu sampai ke liang kubur”.

(Hadist Nabi Muhammad saw)



PERSEMBAHAN

Puji Syukur ku ucapkan kepada Allah Illahi Robbi yang telah membantuku keluar dari segala kesulitan yang kuhadapi selama ini hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan bangga aku persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku yang senantiasa memberikan doa dan dukungan
2. Kakak dan Adik yang selalu memberikan motivasi dan semangat
3. Keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan
4. Almamaterku tercinta, Universitas Muhammadiyah Jember.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karuniaNya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *Lifestyle* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada *Coffee Shop* Rumah Kopi (Rumpi) Jember. Tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Sehubung dengan ini, penulis meyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Hanafi, M. Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Maheni Ika Sari, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember,
3. Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
4. Dr. Toni Herlambang, MM selaku Dosen Pembimbing Utama, dan Pawestri Winahyu, S.Psi, MM selaku Dosen Pembimbing Pendamping;
5. Dr. Nurul Qomariah, MM selaku penguji
6. Seluruh dosen, karyawan dan staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
7. Kedua orang tuaku ibunda Mardiana Siswati dan ayahanda Dhida Widya Bhakti tercinta sebagai ucapan terimakasih yang tiada tara atas segala doa dan pengorbanan yang telah diberikan selama ini.
8. Kakak kandungku Imam Luhung Takwanto yang selalu memberikan saya semangat.
9. Teman-teman S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2016
10. Seluruh pihak yang turut membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini belumlah sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini penulis harapkan dari para pembaca dan semog skripsi ini memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Perilaku Konsumen	8
2.1.3 Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>)	10
2.1.4 <i>Word of Mouth</i>	12
2.1.5 Keputusan Pembelian	14
2.2 Tinjauan Penelitian	15
2.3 Kerangka Konseptual	16
2.4 Hipotesis Penelitian	24
BAB 3. METODE PENELITIAN	26
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.2 Desain Penelitian	27
3.3 Jenis Data	27
3.4 Metode Pengambilan Sampel	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Teknik Analisis Data	28
3.7 Metode Analisis Data	28
3.7.1 Uji Instrumen	28

3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	29
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	30
3.7.4 Uji Hipotesis	31
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum <i>Coffee Shop</i> Rumah Kopi (RUMPI) Jember	33
4.2 Hasil Analisis Data	33
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	33
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	36
4.3 Uji Instrumen Data	39
4.3.1 Uji Validitas	39
4.3.2 Uji Reliabilitas	40
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	41
4.5 Uji Asumsi Klasik	42
4.5.1 Uji Normalitas	42
4.5.2 Uji Multikolinieritas	43
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	43
4.6 Uji Hipotesis	44
4.6.1 Uji t	44
4.6.2 Uji Koefisien Determinasi	45
4.7 Pembahasan	45
4.7.1 Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian	45
4.7.2 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	47
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Kopi di RUMPI Jember	3
Tabel 1.2 Daftar <i>Coffee Shop</i> di Jember	5
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 4.1 Deskriptif Statistik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	34
Tabel 4.2 Deskriptif Statistik Berdasarkan Usia Responden	34
Tabel 4.3 Deskriptif Statistik Berdasarkan Profesi Responden	35
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel <i>Lifestyle</i>	36
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i>	37
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4.13 Hasil Uji	44
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Konsumen	15
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi <i>Coffee Shop</i> RUMPI Jember	33



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	53
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden	56
Lampiran 3. Uji Validitas	63
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	64
Lampiran 5. Analisis Regresi Linier Berganda	65
Lampiran 6. Uji Normalitas	66
Lampiran 7. Uji Multikolinieritas	67
Lampiran 8. Uji Heteroskedastisitas	68
Lampiran 9. R Tabel	69
Lampiran 10. T Tabel	70

