

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN SIKAP KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA  
KONSUMEN STARBUCKS COFFEE)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Deasy Indah Cahyani**

**201610325207**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Konsumen Starbucks Coffee)

Nama Mahasiswa : Deasy Indah Cahyani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325207

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Ujian Skripsi : 22 Juli 2020

Jakarta, 04 Agustus 2020

MENYETUJUI,  
Pembimbing



Hadita, S.Pd., M.M  
NIDN: 0329048302

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Konsumen Starbucks Coffee)

Nama Mahasiswa : Deasy Indah Cahyani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325207

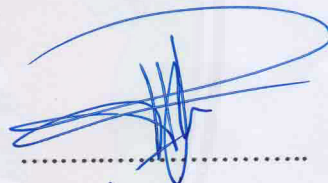
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2020

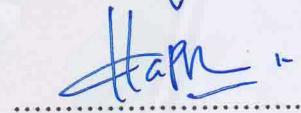
Jakarta, 04 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

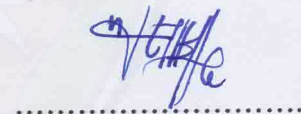
Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.  
NIDN: 0309048102



Penguji I : Hadita, S.Pd., M.M.  
NIDN: 0329048302



Penguji II : Neng Siti Komariah, S.E., M.M.  
NIDN: 0327128105



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIDN: 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP.  
NIDN: 0318107101

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan yukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada kita semua. Sholawat serta salam terhanturkan kepada junjungan umat Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan kita semua yang senantiasa istiqomah dalam menjalankan sunnah-Nya.

Alhamdulillah, atas izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Konsumen Starbucks Coffee)”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP selaku Kepala Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Hadita, S.Pd., M.M selaku Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi pengarahan serta bimbingan dalam proses penyusunan skripsi.
5. Ibu Rycha Kuwara Sari, S.E., M.M selaku dosen wali saya yang banyak mendukung selama kuliah dalam mencapai tujuan.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi beserta staff Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu serta pengarahan selama menimba ilmu di Fakultas Ekonomi Ubhara Jaya ini.
7. Keluarga Tercinta, Alm. Bapak Heddy Setia Wijaya, Ibu Suprapti, Kakak Henny Pratiwi, Adik Desi Eka Saputri, dan Mas Fredi Anang. Terima kasih atas dukungan, doa, nasihat, motivasi, dan pengorbanan materilnya selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Dosen Tercinta, Ibu Kardinah Indrianna Meutia, S.Pi., M.M yang telah memberikan dukungan, doa, motivasi, dan wejangan yang tak pernah henti. Saya sangat beruntung mengenal beliau karena sangat baik kepada saya.
9. Sahabat seperjuangan saya dari semasa kecil dan semasa sekolah, Atikah Fitriyani, Refo Rahmanto, Maynanda Panga Rifai yang selalu memberikan dukungan, doa, dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman kuliah dan semasa sekolah saya, Bella Putry Anggreani, Afni Nurvita Sari, Shela Aristia, Fiona Zulfa Salsabila, Iqbal Ramadhani, Lulu Juliyanti, Annisa Pramudita Kumala, Estiqomah Anis, Rosvita Novianti, Silvia, Afriyan Syahputra, Aurel Yanur Rasiman, Nasfiya Unnisa, Erna Rahma dan Manajemen A3 yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman seperjuangan dan satu bimbingan saya, Deshinta PermataSari, Ratu Annisa, Dwi Dentoro yang saling berkeluh kesah, memberikan dukungan, bantuan, dan kerjasamanya untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman seperjuangan KKN saya, Vivi Devitasari, Yustina Gale, Lina Dahliana, dan Arif Rinan yang sudah memberi dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman organisasi BEM & HMJ Fakultas Ekonomi yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih dan berharap semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis ini. Sebagai manusia biasa penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kekeliruan, baik dari segi isi maupun dari penulisannya. Dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan serta wawasan bagi siapapun yang membacanya.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan.



Jakarta, 04 Agustus 2020

Deasy Indah Cahyani

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul

“Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Konsumen Starbucks Coffee)”

Ini adalah merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh oranglain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 04 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Deasy Indah Cahyani  
201610325207

## **ABSTRACT**

*Deasy Indah Cahyani. 201610325207. Effect of Lifestyle and Prices on Purchasing Decisions with Consumer Attitudes as Intervening Variables (Case study on Starbucks Coffee Consumers).*

*This study aims to study and analyze Lifestyle and Prices of Purchasing Decisions with Consumer Attitudes as Intervening Variables (Case study on Starbucks Coffee Consumers). This type of research is quantitative. The sampling technique used was Accidental Sampling in which there were 190 respondents. Data collection techniques by transferring the questionnaire. The response of this study were all Starbucks Coffee consumers. The analytical method used is the statistical analysis method that is Path Analysis. Price, Lifestyle, and Consumer Attitude variables significantly influence the Purchasing Decision variable, Price variables significantly influence Consumer Attitude variables, and Lifestyle variables are also significantly related to variable relationships and positive influence on Consumer Attitude variables.*

***Keywords: Price, Lifestyle, Consumer Attitudes, Purchasing Decisions***



## **ABSTRAK**

**Deasy Indah Cahyani. 201610325207.** Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Konsumen Starbucks Coffee).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Konsumen Starbucks Coffee). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental Sampling* yang mana jumlah sampel sebesar 190 Responden. Teknik pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Responden dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Starbucks Coffee. Metode analisis yang dipergunakan adalah metode analisis statistik yaitu Path Analysis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga, Gaya Hidup, dan Sikap Konsumen secara signifikan memiliki hubungan dan pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian, variabel Harga secara signifikan memiliki hubungan dan pengaruh positif terhadap variabel Sikap Konsumen, dan variabel Gaya Hidup juga secara signifikan memiliki hubungan dan pengaruh positif terhadap variabel Sikap Konsumen.

**Kata Kunci : Harga, Gaya Hidup, Sikap Konsumen, Keputusan Pembelian**

## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....    | ii  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                | iii |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....                | iv  |
| <b>ABSTRAK</b> .....                          | v   |
| <b>ABSTRACT</b> .....                         | vi  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                   | iv  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                       | vii |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                     | x   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                    | xi  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                  | xii |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                | 1   |
| 1.1    Latar Belakang Masalah .....           | 1   |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                  | 8   |
| 1.3    Tujuan Penelitian.....                 | 9   |
| 1.4    Manfaat Penelitian.....                | 9   |
| 1.5    Batasan Masalah.....                   | 10  |
| 1.6    Sistematika Penulisan .....            | 10  |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....          | 12  |
| 2.1    Manajemen Pemasaran .....              | 12  |
| 2.2    Perilaku Konsumen.....                 | 13  |
| 2.3    Gaya Hidup .....                       | 14  |
| 2.3.1    Pengertian Gaya Hidup .....          | 14  |
| 2.3.2    Skala Gaya Hidup (Value Minded)..... | 14  |
| 2.3.3    Indikator Gaya Hidup.....            | 15  |
| 2.4    Harga .....                            | 16  |
| 2.4.1    Pengertian Harga.....                | 16  |
| 2.4.2    Tujuan Penetapan Harga .....         | 17  |
| 2.4.3    Indikator Harga.....                 | 18  |
| 2.5    Sikap Konsumen.....                    | 19  |

|  |   |           |
|--|---|-----------|
| 2.5.1                                      | Pengertian Sikap Konsumen .....                                       | 19        |
| 2.5.2                                      | Komponen Sikap Konsumen .....   | 20        |
| 2.5.3                                      | Indikator Sikap Konsumen .....  | 21        |
| 2.6  | Keputusan Pembelian .....   | 22        |
| 2.6.1                                      | Pengertian Keputusan Pembelian .....                                  | 22        |
| 2.6.2                                      | Faktor yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian .....            | 23        |
| 2.6.3                                      | Indikator Keputusan Pembelian .....                                   | 23        |
| 2.7  | Hasil Penelitian Terdahulu .....                                      | 25        |
| 2.8  | Kerangka Berfikir .....   | 37        |
| 2.9  | Hipotesis .....   | 37        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b> |   | <b>40</b> |
| 3.1  | Desain Penelitian .....   | 40        |
| 3.2  | Tahapan Penelitian .....  | 40        |
| 3.3  | Model Konseptual .....  | 41        |
| 3.4  | Operasional Variabel .....  | 42        |
| 3.5  | Waktu dan Tempat Penelitian .....                                     | 48        |
| 3.5.1                                      | Waktu Penelitian .....  | 48        |
| 3.5.2                                      | Tempat Penelitian .....   | 48        |
| 3.6  | Populasi dan Sampel .....   | 48        |
| 3.6.1                                      | Populasi .....  | 48        |
| 3.6.2                                      | Sampel .....  | 48        |
| 3.7  | Teknik Pengumpulan Data .....   | 49        |
| 3.7.1                                      | Kuesioner (Angket) .....  | 50        |
| 3.8  | Uji Kualitas Instrumen dan Data .....                                 | 50        |
| 3.8.1                                      | Uji Validitas .....   | 50        |
| 3.8.2                                      | Uji Reliabilitas .....  | 51        |
| 3.9  | Uji Asumsi Klasik .....   | 51        |
| 3.9.1                                      | Uji Normalitas .....  | 51        |
| 3.10                                       | Analisis Jalur (Path Analysis) .....                                  | 52        |
| 3.11                                       | Uji Hipotesis dan Analisis Data .....                                 | 53        |
| a.   | Langkah 1 : Pengembangan Model Berdasarkan Teori .....                | 54        |
| b.   | Langkah 2 & 3 : Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural ..... | 54        |

|                       |  |           |
|-----------------------|--|-----------|
| c.                    | Langkah 4 : Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan ..... | 54        |
| d.                    | Langkah 5 : Menilai Identifikasi Model Struktural .....                        | 55        |
| e.                    | Langkah 6 : Menilai Kriteria Goodness-of-Fit .....                             | 55        |
| 1)                    | Likelihood Ratio Chi square statistic ( $\chi^2$ ) .....                       | 56        |
| f.                    | Langkah 7 : Interpretasi dan Modifikasi Model .....                            | 56        |
| <b>BAB IV</b>         | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....  | <b>58</b> |
| 4.1                   | Gambaran Umum Perusahaan .....   | 58        |
| 4.1.1                 | Sejarah Perusahaan .....   | 58        |
| 4.1.2                 | Visi .....   | 60        |
| 4.1.3                 | Misi .....   | 61        |
| 4.1.4                 | Struktur Organisasi .....  | 62        |
| 4.2                   | Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner .....                                     | 63        |
| 4.3                   | Uji Kualitas Data .....  | 66        |
| 4.3.1                 | Uji Validitas .....  | 66        |
| 4.3.2                 | Uji Reliabilitas .....   | 69        |
| 4.4                   | Uji Asumsi Klasik .....  | 69        |
| 4.4.1                 | Uji Normalitas .....   | 69        |
| 4.5                   | Path Analysis (Analisis Jalur) .....   | 70        |
| 4.5.1                 | Uji Hipotesis .....  | 72        |
| 4.5.2                 | Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung antar Variabel .....                  | 75        |
| 4.6                   | Pembahasan Hasil Penelitian .....  | 76        |
| <b>BAB V</b>          | <b>PENUTUP</b> .....   | <b>79</b> |
| 5.1                   | Kesimpulan .....   | 79        |
| 5.2                   | Implikasi Manajerial .....   | 79        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> | .....  | <b>81</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>       |  |           |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1 Daftar Gerai Kopi di kota Bekasi.....                    | 1  |
| Tabel 1.2 Top 10 <i>Largest Coffee Chain in the World</i> .....    | 5  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                | 25 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel.....                                | 45 |
| Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....           | 63 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....   | 64 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....            | 65 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan..... | 65 |
| Tabel 4.5 Uji Validitas Gaya Hidup (X1).....                       | 67 |
| Tabel 4.6 Uji Validitas Harga (X2).....                            | 67 |
| Tabel 4.7 Uji Validitas Sikap Konsumen (Y1).....                   | 68 |
| Tabel 4.8 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y2).....              | 68 |
| Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....                                    | 69 |
| Tabel 4.10 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....  | 70 |
| Tabel 4.11 Hubungan Antar Variabel.....                            | 71 |
| Tabel 4.12 Hasil <i>Regression Weight</i> .....                    | 72 |
| Tabel 4.13 Hasil <i>Standardized Direct Effects</i> .....          | 75 |
| Tabel 4.14 Hasil <i>Standardized Indirect Effects</i> .....        | 75 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....                                      | 37 |
| Gambar 3.1 Model Konseptual.....                                       | 41 |
| Gambar 3.2 Model Analisis Jalur.....                                   | 53 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Starbucks Coffee Summarecon Bekasi..... | 62 |
| Gambar 4.2 <i>Path Diagram</i> .....                                   | 71 |



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Data Tabulasi Kuesioner
3. Hasil Uji SPSS
4. Hasil Uji Amos
5. Tabel R

