

**PENGARUH LINGKUNGAN TEMAN SEBAYA DAN GAYA
HIDUP SERTA PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN KOPI DI *COFFE SHOP* KOPI
SUARA RAKYAT**

SKRIPSI

Oleh :

Nada Nabiylah

201710325010



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Lingkungan Teman sebaya dan Gaya Hidup Serta Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di *Coffee Shop* Kopi Suara Rakyat

Nama Mahasiswa : Nada Nabiylah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325010

Program Studi/ Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 09 Juli 2021

Jakarta, 21 Juli 2021

Menyetujui,

Pembimbing



Adi Wibowo Noor Fikri, S.kom., MBA

NIDN: 0325027901

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Lingkungan Pertemanan Dan Gaya Hidup Serta Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di *Coffee Shop* Kopi Suara Rakyat

Nama Mahasiswa : Nada Nabiylah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325010

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Juli 2021

Jakarta, 21 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M
NIDN : 0314118601

Anggota Penguji I : Adi Wibowo Noor Fikri, S.kom., MBA
NIDN : 0325027901

Anggota Penguji II : Matdio Siahaan, S.E., M.M
NIDN : 0413047002

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

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

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Penelitian ini dengan judul “Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Dan Gaya Hidup Serta Promosi Dan Keputusan Pembelian Di *Coffee Shop* Kopi Suara Rakyat” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas oleh sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima konsekuensi dan sanksidari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini untuk dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan ijin 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, 21 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Nada Nabiylah

201710325010

ABSTRAK

Nada nabiyah. 201710325010, Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya Dan Gaya Hidup Serta Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di *Coffee Shop* Kopi Suara Rakyat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Lingkungan Teman Sebaya dan Gaya Hidup Serta Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Objek dalam penelitian ini adalah *Coffee Shop* Kopi Suara Rakyat. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 110 responden, dengan menggunakan data primer dengan cara membagikan angket atau kuesioner kepada responden, Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Lingkungan Teman Sebaya, Gaya Hidup dan, Promosi. Variabel dependent didalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 25 dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variable Lingkungan Teman Sebaya, Gaya Hidup dan, Promosi terhadap Keputusan Pembelian tidak memiliki pengaruh yang positif dan Signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan secara simultan ketiga variable independent tersebut berpengaruh positif terhadap variabel dependennya.

Kata Kunci : Lingkungan Teman Sebaya, Gaya Hidup, Promosi, dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

Nada Nabiylah. 201710325010, The Influence of Peer Environment, Lifestyle And Promotion On Purchasing Decisions At Coffee Shop Coffee Kopi Suara Rakyat.

This study aims to find out and analyze the influence of Peer Environment and Lifestyle And Promotion On Purchasing Decisions. The object in this study is Coffee Shop Kopi Suara Rakyat. The samples taken in this study amounted to 110 respondents, using primary data by sharing questionnaires with respondents, Independent Variables in this study are Peer Environment, Lifestyle and, Promotion. Variable dependent in this study is Purchasing Decision. Data analysis techniques using SPSS version 25 and the results of this study showed that partially variable Peer Environment, Lifestyle and, Promotion of Purchasing Decisions do not have a positive and significant influence on purchasing decisions while simultaneously the three independent variables have a positive effect on dependent variables.

Keywords: *Peer Environment, Lifestyle, Promotion and, Purchase Decision*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga dan sahabatnya. terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bamang Karsono, SH., MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak., CSRA., CA., CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Bapak Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom., MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah menyetujui dan menerima proposal skripsi penulis.
4. Bapak M Fadli Nursal, S.E., MM selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Seluruh Bpk/Ibu Dosen Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing dan mengajarkan penuli ilmi-ilmu yang bermanfaat.
6. Kepada keluarga besar dan terkhusus ayahanda Tri Budi Utomo dan ibunda Siti Asmanah atas semua dukungan serta doanya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman penulis yang selalu memberi semangat serta membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepada bapak Rachmat Meugah Alfadin aelaku owner dari *Coffee Shop* Kopi Suara Rakyat yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di kedainya.
9. Kepada rekan – rekam Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2017 atas bantuan dan kerjasamanya.
10. Semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Pastiya tak henti-henti penulis sampaikan semoga amal baik semua pihak mendapat balasan yang berlipat ganda dari sang pencipta yang pengasih dan penyayang Allah SWT. Amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu sebagai seorang mahasiswa yang masih dalam proses pembelajaran, kami sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat positif.

Jakarta, 21 Juli 2021

Penulis

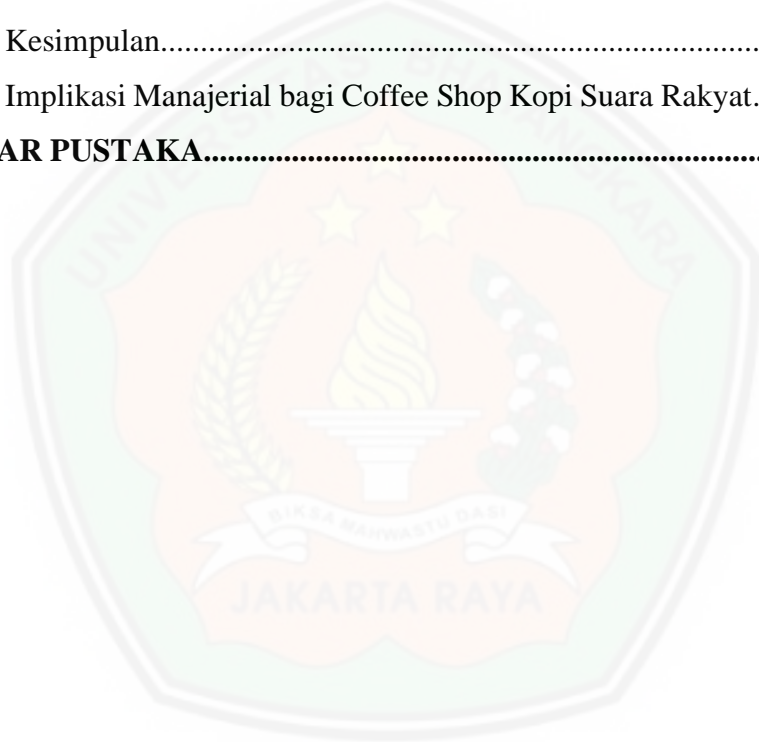


DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pengertian Lingkungan Teman Sebaya.....	10
2.1.1 Lingkungan.....	10
2.1.2 Pengertian Teman Sebaya	11
2.1.3 Indikator lingkungan Teman Sebaya	11
2.2 Pengertian Gaya Hidup.....	12
2.2.1 Indikator Gaya hidup	13
2.3 Pengertian Promosi.....	13
2.3.1 Indikator Promosi	14
2.4 Pengertian Keputusan pembelian	15
2.4.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.4.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	16
2.5 Penelitian Terdahulu	17
2.6 Kerangka pemikiran.....	20

2.7 Hubungan Lingkungan Pertemanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.8 Hubungan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.9 Hubungan antara promosi terhadap keputusan pembelian.....	23
2.10 Hubungan Lingkungan Pertemanan, Gaya Hidup, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.11 Hipotesis.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	26
3.2.1 Populasi Penelitian.....	26
3.2.2 Sampel Penelitian	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4 Operasionalisasi Variable.....	29
3.5 Waktu dan Tempat.....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Sampel	31
3.6.1 Populasi	31
3.6.2 Sampel.....	32
3.7 Metode pengumpulan data.....	32
3.8 Uji Asumsi Klasik	34
3.9 Uji Hipotesis.....	35
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Tentang Objek Penelitian.....	37
4.2 Hasil Penelitian	38
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	38
4.2.2 Identitas Responden	39
4.3.1 Uji Validitas.....	43
4.3.2 Uji Reliabilitas	46
4.3.3 Uji Normalitas.....	47
4.3.4 Uji Multikolinieritas.....	49
4.3.5 Uji Heteroskedasitas.....	50
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.5 Uji Hipotesis.....	53

4.5.1 Uji Koefisien Determinasi.....	53
4.5.2 Uji T	54
4.5.3 Uji F	56
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	57
4.6.1 Pengaruh lingkungan Teman sebaya terhadap keputusan Pembelian.....	57
4.6.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.6.4 Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Implikasi Manajerial bagi Coffee Shop Kopi Suara Rakyat.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1. Skala Likert.....	29
Tabel 3. 2. Konsep Operasional.....	30
Tabel 4. 1. Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....	39
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4. 5. Hasil Uji Validitas Variable Lingkungan Teman Sebaya (X1).....	44
Tabel 4. 6. Hasil Uji Validitas Variable Gaya Hidup (X2).....	44
Tabel 4. 7. Hasil Uji Validitas Variable Promosi (X3).....	45
Tabel 4. 8. Hasil Validitas Variable Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 4. 9. Uji Normalitas.....	48
Tabel 4. 10. Uji Multikolinieritas.....	49
Tabel 4. 11. Uji Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4. 12. Uji T.....	54
Tabel 4. 13. Uji F.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1. Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Gambar 4. 2. Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	41
Gambar 4. 3. Diagram Responden Berdasarkan Profesi.....	43
Gambar 4. 4. Uji Normalitas	49
Gambar 4. 5. Uji Heteroskedasitas	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Contoh Angket	66
Lampiran 2. Uji Reverensi Skripsi	72
Lampiran 3. Data Kuisisioner Lingkungan Sebaya (XI).....	74
Lampiran 4. Data Kuesioner Gaya Hidup (X2)	77
Lampiran 5. Data Kuesioner Promosi (X3)	80
Lampiran 6. Data Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)	83
Lampiran 7. Uji Validitas Lingkungan Teman Sebaya (X1)	86
Lampiran 8. Uji Validitas Gaya Hidup (X2).....	86
Lampiran 9. Uji Validitas Promosi (X3)	87
Lampiran 10. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	88
Lampiran 11. Uji Reliabilitas Lingkungan Pertemanan (X1)	88
Lampiran 12. Uji Reliabilitas Gaya Hidup (X2).....	89
Lampiran 13. Uji Reliabilitas Gaya Hidup (X2).....	89
Lampiran 14. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	89
Lampiran 15. Uji Normalitas.....	89
Lampiran 16. Uji Multikolinieritas	90
Lampiran 17. Uji Heteroskedastisitas	90
Lampiran 18. Analisis Regresi Linear Berganda	91
Lampiran 19. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	91
Lampiran 20. Uji F (Simultan).....	92
Lampiran 21. Uji T (Parsial).....	92
Lampiran 22. Uji Plagiat.....	98