

HALAMAN MOTTO

“Lakukan yang terbaik, sisanya biarkan Tuhan yang mengatur.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas selesainya laporan skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Alm. Bapak Rahmat Muslikin. Seseorang yang biasa saya sebut bapak. Alhamdulillah penulis sudah ditahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana ini sebagai perwujudan terakhir sebelum engkau benar-benar pergi, semoga Allah SWT melapangkan kuburnya dan menempatkan bapak ditempat yang paling mulia disisi Allah SWT.
2. Ibu saya, Woro Sulistiyawati yang telah mendoakan, memberi dukungan dan bantuan baik secara moril maupun materil demi keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kakak saya, Sugeng Nugroho yang banyak membantu banyak hal yang berpengaruh pada kelancaran kuliah saya, sampai saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Sigit Wibawanto, S.E., M.M selaku pembimbing yang sudah memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi.
5. Teman-temanku Risma Firda Sari, Nur Haedah Sari, dan Wahyuningsih terimakasih telah menjadi sahabat terbaik selama dibangku kuliah.
6. Semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi sejak awal hingga akhir.

ABSTRAKSI

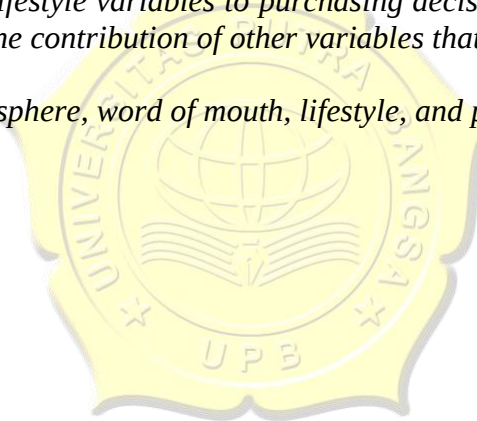
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *café atmosphere*, *word of mouth* dan *lifestyle* terhadap keputusan pembelian pada Ekuivalen Coffe Kebumen. Populasi dalam penelitian adalah konsumen Ekuivalen Coffe Kebumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* sebanyak 100 orang dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner menggunakan Google Formulir. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan statistik yakni, uji instrumen meliputi: uji validitas, uji reliabilitas. Uji asumsi klasik meliputi: uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas. Uji hipotesis meliputi: uji persial (uji t), uji simultan (uji F), koefisien determinasi (R^2). Analisis Linier Berganda dengan bantuan program SPSS 22 *for windows*. Hasil penelitian ini menjelaskan ini menjelaskan bahwa 1) *Café Atmosphere* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Ekuivalen Coffe Kebumen. 2) *Word Of Mouth* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Ekuivalen Coffe Kebumen. 3) *Lifestyle* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Ekuivalen Coffe Kebumen. Berdasarkan nilai Adjusted R^2 menunjukkan bahwa kontribusi variabel *café atmosphere*, *word of mouth*, dan *lifestyle* terhadap keputusan pembelian sebesar 67,4 % sementara sisanya sebesar 32,6 % merupakan kontribusi variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata kunci: *café atmosphere*, *word of mouth*, *lifestyle*, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of café atmosphere, word of mouth and lifestyle on purchasing decisions at Ekuivalen Coffe Kebumen. The population in the study were consumers of Ekuivalen Coffe Kebumen. The sampling technique used in this study was the nonprobability sampling method of 100 people with a purposive sampling technique. Data collection techniques by distributing questionnaires using Google Forms. Data analysis techniques used in this study were descriptive and statistical analysis, namely, instrument tests including: validity tests, reliability tests. Classical assumption tests include: multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, normality tests. Hypothesis tests include: partial tests (t tests), simultaneous tests (F tests), coefficients of determination (R^2). Multiple Linear Analysis with the help of the SPSS 22 for windows program. The results of this study explain that 1) Café Atmosphere has a positive effect on Purchasing Decisions at Ekuivalen Coffe Kebumen. 2) Word Of Mouth has a positive effect on Purchasing Decisions at Ekuivalen Coffe Kebumen. 3) Lifestyle has a positive effect on Purchasing Decisions at Ekuivalen Coffe Kebumen. Based on the Adjusted R^2 value, it shows that the contribution of the café atmosphere, word of mouth, and lifestyle variables to purchasing decisions is 67.4% while the remaining 32.6% is the contribution of other variables that are not in this study.

Keywords: *café atmosphere, word of mouth, lifestyle, and purchasing decisions*



KATA PENGANTAR

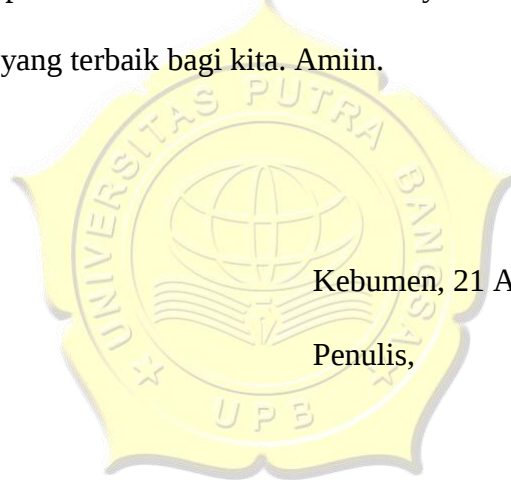
Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH *CAFÉ ATMOSPHERE*, *WORD OF MOUTH*, DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA EKUIVALEN COFFE KEBUMEN”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Melalui kesempatan yang sangat berharga ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Orang tua tercinta, Alm Bapak Rahmat Muslikin dan Ibu Woro Sulistiyawati yang telah memberikan doa dan dukungan selama proses pembuatan skripsi.
2. Kakak saya, Sugeng Nugroho yang telah banyak membantu kelancaran kuliah saya, sampai proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Sigit Wibawanto, S.E, M.M., selaku pembimbing skripsi yang selalu memberikan arahan dan petunjuk selama penyusunan skripsi ini.
4. Segenap Dosen dan Staff Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui kegiatan belajar mengajar.
5. Teman-teman kuliah saya yaitu Risma Firda Sari, Nur Haedah Sari dan Wahyuningsih yang sudah banyak membantu, menemani, dan

memberikan semangat kepada saya, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

6. Semua pihak terkait yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan moral dan material dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, dorongan, serta amal yang telah diberikan pihak-pihak yang bersangkutan, akan mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Akhir kata dengan keterbatasan yang ada, diharapkan penelitian ini ada manfaatnya. Semoga Allah SWT memberikan yang terbaik bagi kita. Amiin.



Kebumen, 21 April 2025

Penulis,

Shindy Cahya Dwi Utami

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1. Tinjauan Teori	14
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2. <i>Café Atmosphere</i>	18
2.1.3. <i>Word Of Mouth</i>	21

2.1.4. <i>Lifestyle</i>	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	24
2.3. Hubungan Antar Variabel	39
2.4. Model Empiris	41
2.5. Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	44
3.2. Variabel Penelitian	44
3.3. Definisi Operasional Variabel	45
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	49
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6. `Populasi dan Sampel	52
3.7. Teknik Analisis.....	55
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1. Analisis Deskriptif.....	68
4.2. Analisis Statistik.....	72
4.3. Pembahasan	86
BAB V SIMPULAN	91
6.1. Simpulan.....	91
6.2. Keterbatasan	92
5.3. Implikasi	93
5.3.1 Implikasi Praktis	93
5.3.2 Implikasi Teoritis	96
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	102



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Data Hasil Ulasan Responden Melakukan Keputusan Pembelian Pada Ekuivalen Coffe Di Kebumen.....	5
Tabel I- 2 Data Hasil Observasi Keputusan Pembelian di Ekuivalen Coffe Kebumen	5
Tabel I- 3 Jumlah Kunjungan Konsumen di Ekuivalen Coffe Shop Tahun 2024 ..	7
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian .	46
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Café Atmosphere</i>	47
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Word Of Mouth</i>	48
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Life Style</i>	49
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	72
Tabel IV- 5 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	74
Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel <i>Café Atmosphere</i>	74
Tabel IV- 7 Uji validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	75
Tabel IV- 8 Uji validitas variabel <i>Lifestyle</i>	75
Tabel IV- 9 Uji Reliabilitas.....	76
Tabel IV- 10 Uji Multikolinearitas	77
Tabel IV- 11 Hasil Uji Normalitas.....	80
Tabel IV- 12 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel IV- 13 Uji t.....	83
Tabel IV- 14 Uji F.....	84
Tabel IV- 15 Uji Determinasi (R²).....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	42
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
Gambar IV- 2 Output Uji Normalitas	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	106
Lampiran 3 Lampiran Tabulasi.....	110
Lampiran 4 Uji Validitas.....	115
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	118
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	119
Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	121
Lampiran 8 Uji Hipotesis.....	122
Lampiran 9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	123
Lampiran 10 R Tabel	124
Lampiran 11 T Tabel.....	127
Lampiran 12 F Tabel.....	130
Lampiran 13 Kartu Seminar Proposal.....	135
Lampiran 14 Kartu Konsultasi Skripsi.....	136

