

HALAMAN MOTTO

“Tidak ada usaha yang mengkhianati hasil jadilah versi terbaik dirimu”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT semesta alam yang telah memberikan rahmat, kesehatan, hidayat, rezeki, dan segala karunia yang telah terlimpah kepada penulis sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan dengan baik. Karya tulis ini, penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, terimakasih atas semua kasih sayang, dukungan, motivasi serta do'a-doanya yang senantiasa selalu dipanjatkan demi keberhasilan dan kesuksesanku.
2. Bapak Arya Samudra Mahardika, S.E., M.Sc., Ak., CA selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Saudara-saudara saya dengan penuh kesabaran dan kesetiaan selalu mendampingi dan memotivasi untuk semangat dan tersenyum dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Tidak lupa terimakasih kepada sahabat-sahabatku semua yang selalu mensupport terimakasih atas kesetiaan kalian baik suka maupun duka.
5. Semua responden yang telah memberikan waktunya dalam mengisi data kuesioner pendukung skripsi ini. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.
6. Terima kasih kepada Universitas Putra Bangsa.

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, *Café Atmosphere*, dan Gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung yang melakukan pembelian pada Tuman Coffee Space. Penelitian ini menggunakan *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang merupakan metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Sampel pada penelitian ini yaitu pengunjung yang melakukan keputusan pembelian pada Tuman Coffee Space minimal pembelian 3x dengan usia 17 tahun keatas dengan asumsi bahwa usia tersebut dapat memberikan jawaban yang objektif. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolineritas, uji heterokedastisitas (uji glejser dan scatterplot), uji normalitas (P-Plot dan Kolmogorov), regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil hipotesis pertama bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tuman Coffee Space. Hasil hipotesis kedua bahwa *café atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tuman Coffee Space. Hasil hipotesis ketiga bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tuman Coffee Space. Sedangkan hipotesis keempat bahwa kualitas pelayanan, *café atmosphere*, dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Tuman Coffee Space. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,484, artinya keputusan pembelian yang dapat dijelaskan kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan gaya hidup dalam penelitian ini sebesar 48,4% sedangkan 51,6% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Café Atmosphere*, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of Service Quality, café Atmosphere, and Lifestyle on purchasing decisions. The population in this study were visitors who made purchases at Tuman Coffee Space. This study used non-probability sampling, a sampling technique that does not provide an opportunity for each member of the population to be selected as a sample. This study used purposive sampling, which is a sample selection method based on certain considerations. The sample in this study were visitors who made purchasing decisions at Tuman Coffee Space with a minimum of 3 purchases aged 17 years and over with the assumption that this age could provide objective answers. The data analysis techniques used were validity test, reliability test, multiconcurrency test, heteroscedasticity test (glejser and scatterplot tests), normality test (P-Plot and Kolmogorov), multiple linear regression, partial test (t test), simultaneous test (f test), and coefficient of determination. Based on the results of the first hypothesis that service quality influences purchasing decisions at Tuman Coffee Space. The results of the second hypothesis that café atmosphere influences purchasing decisions at Tuman Coffee Space. The results of the third hypothesis that lifestyle influences purchasing decisions at Tuman Coffee Space. While the fourth hypothesis that service quality, café atmosphere, and lifestyle simultaneously influence purchasing decisions at Tuman Coffee Space. The results of the determination coefficient test show that the Adjusted R Square value is 0.484, meaning that purchasing decisions that can be explained by service quality, store atmosphere, and lifestyle in this study are 48.4% while 51.6% are influenced by variables not explained in this study.

Keywords: Service Quality, Café Atmosphere, Lifestyle, and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhamma SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, Aamiin.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi jenjang Sarsana Manajemen (S1), dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Manajemen Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur dengan segenap kemampuan yang ada oleh penulis.

Tersusunya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah ikhlas dalam memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Almamater Universitas Putra Bangsa yang menjadi tempat penulis untuk menyelesaikan studi sarjana.
2. Ibu Bapak Arya Samudra Mahardika, S.E., M.Sc., Ak., CA selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

3. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan doa serta dukungannya sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini
4. Bapak/Ibu dosen beserta staf dan karyawan Universitas Putra Bangsa, khususnya Program Studi Manajemen yang telah banyak membantu penulis untuk dapat menyelesaikan studi.
5. Teman-teman kelas Manajemen yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalam penulisan ini, untuk itu penulis tidak menutup diri akan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis, semua pihak yang membutuhkannya dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Kebumen, 15 Mei 2025

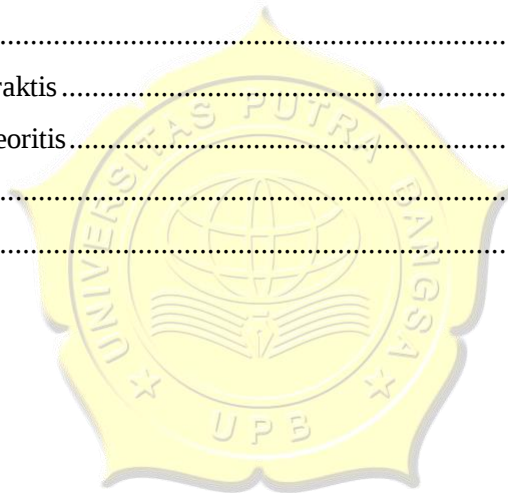
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
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	17
1.3. Batasan Masalah.....	19
1.4. Tujuan Penelitian	21
1.5. Manfaat Penelitian.....	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	24
2.1. Tinjauan Teori.....	24
2.1.1. Teori Stimulus-Respons (S-R).....	24
2.1.2. Keputusan Pembelian	26
2.1.3. Kualitas Pelayanan	33
2.1.3. <i>Store Atmosphere</i>	37
2.1.4. Gaya Hidup	41
2.2. Penelitian Terdahulu.....	46
2.3. Hubungan Antar Variabel	52
2.3.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian	52
2.3.2. Hubungan <i>Store Atmosphere</i> Dengan Keputusan Pembelian	53

2.3.3.	Hubungan Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian.....	54
2.4.	Model Empiris.....	55
2.5.	Hipotesis	56
BAB III METODE PENELITIAN		58
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	58
3.1.1.	Objek Penelitian.....	58
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	58
3.2.	Variabel Penelitian	58
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	59
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	63
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	64
3.5.1.	Data	64
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data	64
3.6.	Populasi dan Sampel.....	66
3.6.1.	Populasi Penelitian.....	66
3.6.2.	Sampel Penelitian.....	66
3.7.	Teknik Analisis	68
3.7.1.	Analisis Deskriptif	68
3.7.2.	Analisis Statistik	69
3.8	Alat Analisis Data	69
3.8.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	69
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik.....	71
3.8.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	74
3.8.4.	Uji Hipotesis	75
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		81
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	81
4.1.1.	Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	81
4.2.	Analisis Deskriptif.....	83
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	85
4.3.	Analisis Statistik.....	86

4.3.1. Uji Validitas.....	87
4.3.2. Uji Reliabilitas	89
4.3.3. Uji Asumsi Klasik.....	91
4.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda	96
4.3.5. Uji Hipotesis	98
4.4. Pembahasan	105
4.4.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	105
4.4.2. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	106
4.4.3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	108
BAB V SIMPULAN	110
5.1. Simpulan.....	110
5.2. Keterbatasan.....	111
5.3. Implikasi	112
5.3.1 Implikasi Praktis	112
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	122



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Hasil Observasi pada Tuman Coffee Space	7
Tabel II-1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	47
Tabel III-1 Distribusi Indikator Variabel Kualitas Pelayanan.....	60
Tabel III-2 Distribusi Indikator Variabel Cafe Atmosphere	61
Tabel III-3 Distribusi Indikator Variabel Gaya Hidup	62
Tabel III-4 Distribusi Indikator Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	85
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	86
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	88
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	88
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Cafe Atmosphere	89
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup.....	89
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas	90
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolineritas.....	92
Tabel IV-11 Hasil Uji Glejser	93
Tabel IV-12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Test	96
Tabel IV-13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	97
Tabel IV-14 Hasil Uji Parsial.....	100
Tabel IV-15 Hasil Uji Simultan	102
Tabel IV-16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Stimulus Respons	24
Gambar II-2 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan	29
Gambar II-3 Model Empiris	56
Gambar IV-1 Hasil Uji Scatterplot	93
Gambar IV-2 Hasil Uji P-Plot	95



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tautan Link Google Form
- Lampiran 3 Rekapitulasi Data Responden
- Lampiran 4 Tabulasi
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 10 Tabel T
- Lampiran 11 Tabel R
- Lampiran 12 Tabel F
- Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 14 Kartu Seminar Proposal

