

**PENGARUH *LIFESTYLE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI  
KENANGAN DI CIKARANG**

**SKRIPSI**



**OLEH :  
NURHAFIFAH MAULANI  
NIM : 112010626**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH *LIFESTYLE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI  
KENANGAN DI CIKARANG**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



**OLEH :**  
**NURHAFIFAH MAULANI**  
**NIM : 112010626**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Nurhafifah Maulani  
NIM : 112010106  
Judul Skripsi : Pengaruh *Lifestyle*, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Cikarang

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti Sidang Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 04 Agustus 2024

Pembimbing



Dr. Asral, SE., MM

SKRIPSI

**PENGARUH *LIFESTYLE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN DI  
CIKARANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh:  
Nurhafifah Maulani  
112010626

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI**

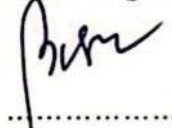
Ketua Penguji  
Dr. Suriyanti, S.E, M.M.  
NIDN: 0412046503

Tanda Tangan



Anggota Penguji  
Basar Maringan Hutauruk, S.T., M.M.  
NIDN: 0403037203

Tanda Tangan



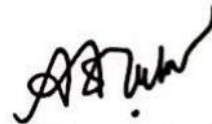
Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.  
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.  
NIDN: 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Nurhafifah Maulani  
NIM : 112010106  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 16 Juni 2024



Nurhafifah Maulani

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya."  
(QS. Albaqarah: 286)

"Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceriakan."  
(Boy Candra)

Karya ini dipersembahkan untuk :

1. Orang tua ku tersayang Mamah Rustini Herbayanti Papah Ujang Maulana Mansyur (Alm), Dan papah ku Wawan serta Kaka saya Elyana dan adik saya M ridwan Keponakan ku tersayang Hana eriska, Fatia
2. Nenek ku (Alm), Sepupu ku Sopi yang selalu siap mengantar saya Serta Keluarga besar saya yang selalu membrikan dukungan dan semangat
3. Sahabat-Sahabat ku yang telah mendukung saya Roviqotul, Irma, Ages Shenda, Arini, rahayu dan temen -temen terdekat ku yang selalu memberikan Semangat dan dukungan

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini menganalisis “Pengaruh *Lifestyle*, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Cikarang”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen dalam Ilmu Pemasaran pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa. Saya menyadari tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini saya ingin menghaturkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera.,,SKM.,MM.,D.B.A sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
2. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial (FEBIS) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
3. Ibu Yunita Ramadhani Ratnaningsih DS., S.E., M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Skripsi Mahasiswa.
4. Bapak Dr. Asral.,S.E.,M.M selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak / Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.
6. Orang tua ku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang

tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aamiin...Yaa Rabbal'alamiin.

7. Seluruh staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Orang-orang yang penting bagi penulis serta sahabat seperjuangan penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini. Yang memberi semangat dalam mengerjakan skripsi hingga selesai, yang selalu support, doa dan Pelatihan dalam keadaan apapun. Terimakasih telah menjadi sahabat sekaligus keluarga kedua bagi penulis, tanpa kalian akan sangat terasa sulit menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan dan bimbingan yang telah diberikan oleh semua pihak akan mendapatkan balasan dan pahala dari Tuhan Yang Maha Esa dan semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Bekasi, 16 Agustus 2024

Penulis

Nurhafifah Maulani



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	8
2.1.2 Lifestyle .....	10
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.4 Lokasi.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	15
2.3 Hipotesis Dan Model Penelitian .....	18
2.3.1 Pengembangan Hipotesis .....	18
2.3.2 Model Penelitian .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian Dan Desain Penelitian .....	22
3.1.1 Jenis Penelitian .....	22
3.1.2 Tempat Dan Jadwal Penelitian .....	22
3.1.3 Desain Penelitian .....	23
3.2 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....	25
3.2.1 Definisi Operasional .....	25
3.2.2 Rasio Pengukuran Variabel .....	26
3.3 Populasi Dan Metode Pengambilan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel .....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5 Metode Analisis .....	30
3.5.1 Uji Validitas .....	30

3.5.2 Uji Reliabilitas .....	31
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	33
3.5.5 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	33
3.5.6 Uji Hipotesis .....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.2 Hasil Penelitian .....	36
4.2.1 Karakteristik Responden.....	37
4.2.2 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas .....	39
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda .....	47
4.2.5 Uji Hipotesis .....	48
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	50
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	50
4.3.1 Pengaruh <i>Social Media Promotion</i> Terhadap Minat Beli.....	50
4.3.2 Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Beli .....	51
4.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli .....	51
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>52</b>
5.1 Kesimpulan .....	52
5.2 Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	23
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3. 3 Skala Likert .....	27
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Lifestyle (X1).....	40
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2) .....	40
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Lokasi (X3) .....	41
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	41
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov .....	44
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	45
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Uji T .....	49
Tabel 4. 10 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	50

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Persentase Kedai Kopi Di Indonesia.....	3
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian .....	21
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	24
Gambar 4. 1 Data Usia Responden .....	37
Gambar 4. 2 Data Jenis Kelamin Responden.....	37
Gambar 4. 3 Data Pendidikan Terakhir Responden.....	38
Gambar 4. 4 Data Responden Perbulan .....	38
Gambar 4. 5 Data Pekerjaan Responden.....	39
Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas Dan P-Plot.....	43
Gambar 4. 7 Uji Scatterplot .....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Mapping Jurnal .....	55
Lampiran 2 Data Responden .....	63
Lampiran 3 Hasil Kuesioner .....	68
Lampiran 4 Hasil Uji SPSS.....	83

## ***The Influence Of Lifestyle, Service Quality and Location On The Decision To Purchase Kopi Kenangan In Cikarang***

Nurhafifah Maulani<sup>1</sup>  
Asral<sup>2</sup>

### ***Abstract***

*This study aims to analyze the influence of Lifestyle, service quality, and location on purchasing decisions for Kopi Kenangan. The hypothesis in this study is: It is suspected that Lifestyle, service quality, and Location have a significant effect on purchasing decisions for Kopi Kenangan products, either partially or simultaneously. The population in this study were those in the Cikarang area who made purchases at Kopi Kenangan, who were at least 20 years old and a maximum of 40 years old using quantitative methods and questionnaires distributed to 100 respondents, the data was processed using SPSS Version 25. The results showed that Lifestyle had a positive and significant effect on Purchasing Decisions from the results of sig greater than 0.05, which was 0.002 and the t value was 3.155. Service Quality had a positive and significant effect on Purchasing Decisions from the results of sig of 0.000 <0.05 and the T value was 3.697 > t table 1.984. And Location has a positive and significant effect on Purchasing Decisions from the sig result of 0.000 <0.05 and the T count value of 5, 860 > t table 1.984. This study provides important insights into the factors that influence purchasing decisions and is a valuable reference for students and institutions to develop research programs and curricula that are relevant to current consumer trends.*

*Keywords: Lifestyle, service quality, location and purchasing decisions.*

**PENGARUH *LIFESTYLE*, KUALITAS PELAYANAAN DAN LOKASI,  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN DI  
CIKARANG**

Nurhafifah Maulani<sup>1</sup>

Asral<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Lifestyle*, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian Kopi kenangan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah: Diduga *Lifestyle*, kualitas pelayanan, dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kopi kenangan sebagian maupun sekaligus. Populasi dalam studi ini adalah yang berada di daerah cikarang yang melakukan pembelian di Kopi kenangan, yang berumur minimal 20 tahun dan maksimal 40 tahun dengan menggunakan metode kuantitatif dan kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden, data diolah menggunakan SPSS Versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian dari hasil sig lebih besar 0,05 yaitu sebesar 0,002 dan nilai t hitung 3,155. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian dari hasil sig sebesar 0,000 <0,05 dan nilai T hitung 3,697 > t tabel 1,984. Dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian dari hasil sig sebesar 0,000 <0,05 dan nilai T hitung 5, 860 > t tabel 1,984. Penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian serta menjadi referensi berharga bagi mahasiswa dan institusi untuk mengembangkan program riset dan kurikulum yang relevan dengan tren konsumen saat ini.

Kata Kunci : *Lifestyle*, service quality, location and purchasing decisions.