

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PRESEPSI HARGA,
ATMOSPHERE CAFÉ DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN (Studi Pada *Café and Resto Brotherhood Pati*)”**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan studi akhir
dan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang**



Oleh :

Nama : Kamal Nuur Waahid

Nim : 17.05.51.0260

Progan Studi : S1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG

2021

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk ujian pendadaran skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, *ATMOSPHERE*
CAFÉ, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pelanggan Brotherhood Coffee Pati)**

Oleh:

Nama : Kamal Nuur Waahid
NIM : 17.05.51.0260
Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang

Semarang, 06 Agustus 2021
Dosen Pembimbing



Ali Maskur, S.E., M.Kom
NIDN:0618076401

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, ATMOSPHERE CAFE DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA CAFE AND RESTO
BROTHERHOOD PATI)**

Ditulis oleh
NIM : 17.05.51.0260
Nama : KAMAL NUUR WAAHID

Telah dipertahankan di depan Tim Dosen Penguji Tugas Akhir dan diterima sebagai salah satu syarat
guna menyelesaikan Jenjang Program S1 Program Studi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.

Semarang, 12-09-2021
Ketua



(ALI MASKUR, SE., M.KOM)
NIDN. 0618076401

Sekretaris



(ENDANG TJAHJANINGSIH, Dr., S.E, M.Kom)
NIDN. 0622056601

Anggota



(SRI ISNOWATI, Dr., SE., M.Si)
NIDN. 0616096601

Mengetahui,
Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Dekan



(EUIS SOLIHA, Dr., S.E., M.Si)
NIDN. 0027037101



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Digisign Unisbank. Untuk memastikan keasliannya, silakan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://digisign.unisbank.ac.id>

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, ATMOSPHERE CAFE DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA CAFE AND RESTO BROTHERHOOD PATI)

yang telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 25-08-2021, adalah benar hasil karya saya dan dalam TUGAS AKHIR /SKRIPSI ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik TUGAS AKHIR / SKRIPSI yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri.

Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang batal saya terima.

Semarang, 25-08-2021

Yang Menyatakan



(AMAL NUUR WAAHID)

NIM. 17.05.51.0260

SAKSI 1
Tim Penguji



(ALI MASKUR, SE., M.KOM)

SAKSI 2
Tim Penguji



(ENDANG TIAHJANINGSIH, Dr., S.E., M.Kom)

SAKSI 3
Tim Penguji



(SRI ISNOWATI, Dr., SE., M.Si)



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan Ditjen Unisbank. Untuk memastikan keasliannya, silakan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <http://ditjen.unisbank.ac.id>

1/1

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada:

1. Keluarga saya terutama untuk kedua orang tua saya yang senantiasa memberikan semangat dan kasih sayangnya kepada saya.
2. Bapak Ali Maskur S.E., M.Kom selaku dosen pembimbing saya yang telah membimbing selama ini serta memberikan arahan dan motivasi kepada saya.
3. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E.,M.Siselaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
4. Ibu Sri Sudarsi, S.E, M.Si selaku kepala program studi manajemen.
5. Seluruh teman-teman organisasi TAEKWONDO UNISBANK dan HIPMI PT UNISBANK yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada saya.
6. Sahabat saya bestari empire Bayu, Bagus, Yusril, Neijun, Rafi yang telah mendukung saya serta selalu memberikan semangat untuk saya.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 angkatan 2017 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

MOTTO

Hidup hanya satu kali, buatlah hidupmu

berarti kebaikan untuk sesama

love for piece

“Pesen Ibu lan Bapak Ojo lali Sholat lan Sholawat”

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, *atmosphere café* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Brotherhood Coffee Pati. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk minimal dua kali di Brotherhood Coffee Pati, peneliti mengambil sampel dengan jumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji F, uji koefisien determinasi (R^2), dan uji t yang selanjutnya diolah menggunakan SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, *Atmosphere Café* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, gaya hidup berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Atmosphere Café*, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price perception, cafe atmosphere and lifestyle on purchasing decisions of Brotherhood Coffee Pati. The population in this study were customers who bought the product at least twice at Brotherhood Coffee Pati, researchers took a sample of 100 respondents. The sampling technique in this study used purposive sampling, namely the technique of determining the sample with certain criteria. The data used in this study is primary data, using a questionnaire as a research instrument. The analytical tool used is multiple linear regression, validity test, reliability test, F test, coefficient of determination (R^2) test, and t test which is then processed using SPSS version 22.

The results show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, price perceptions have a positive and insignificant effect on purchasing decisions, Café Atmosphere has a positive and significant effect on purchasing decisions, lifestyle has a positive and insignificant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Café Atmosphere, Lifestyle, and Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, *ATMOSPHERE CAFE* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pelanggan Brotherhood Coffee Pati)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Manajemen Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian skripsi ini, tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Safik Faozi, SH., M.Hum selaku Rektor Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
2. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
3. Ibu Sri Sudarsi, S.E, M.Si selaku kepala program studi manajemen.
4. Bapak Ali Maskur SE., M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kesempatan untuk menulis skripsi ini dan telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
6. Kedua orang tua saya serta kedua adik saya yang telah mendukung, menyemangati, memotivasi, dan mendoakan yang terbaik untuk saya
7. Terima kasih Brotherhood Coffee Pati yang telah memberikan dukungan serta responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

8. Teman-teman Taekwondo UNISBANK dan HIPMI PT UNISBANK yang telah memberikan semangat.
9. Sahabat saya Bayu, Bagus, Rafi, Yusril, Neijun, Dinda, Fian yang telah mendukung saya serta selalu memberikan semangat untuk saya.
10. Seluruh teman-teman manajemen S1 angkatan 2017 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak memiliki kekurangan dan kesalahan, oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Segala kekurangan pada karya ilmiah ini sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis, semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi semua orang yang membacanya. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 06 Agustus 2021

Penyusun

Kamal Nuur Waahid

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Kualitas Produk.....	11
2.1.3 Presepsi Harga.....	14
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i>	16
2.1.5 Gaya Hidup	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	23
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	25

2.3.4 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	26
2.4 Kerangka Pemikiran	27
2.4.1 Model Grafis	27
2.4.2 Model Matematis	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Obyek Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel	30
3.2.3 Penentuan Jumlah Sampel.....	31
3.3 Teknik Pengambilan Data	32
3.4 Definisi Konsep dan Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5 Skala Pengukuran Variabel	35
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	36
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Reliabilitas	36
3.7 Uji Kelayakan Model	37
3.7.1 Uji F	37
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi	37
3.8 Analisis Data	38
3.8.1 Analisis Regresi Berganda	38
3.8.2 Uji Hipotesis (Uji t).....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Analisis Deskriptif	39
4.1.1 Deskripsi Responden.....	39
4.2 Deskripsi Variabel.....	43
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	48
4.3.1 Uji Validitas.....	48
4.3.2 Uji Reliabilitas	52
4.4 Uji Kelayakan Model	53
4.4.1 Uji Pengaruh Simultan (F).....	53

4.4.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	54
4.5 Analisis Data	54
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.5.2 Uji Pengaruh Partial (t)	57
4.6 Pembahasan	59
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.6.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.6.3 Pengaruh <i>Atmosphere café</i> Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.4 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
BAB V PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Keterbatasan	65
5.3 Implikasi.....	66
5.4 Rekomendasi Peneliti	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Kopi <i>Brotherhood Coffee</i> dengan Cafe Lain....	4
Tabel 1.2 Daftar keluhan pada <i>Brotherhood Coffee</i>	4
Tabel 2.2 Ringkasan penelitian terdahulu	20
Tabel 3.4 Definisi Konsep dan Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4.1 Tabel Rekap Kuesioner	39
Tabel 4.2 Data responden berdasarkan jenis kelamin	40
Tabel 4.3 Data responden berdasarkan usia.....	40
Tabel 4.4 Data responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.5 Data responden berdasarkan pekerjaan	41
Tabel 4.6 Data responden berdasarkan pendapatan.....	42
Tabel 4.7 Data responden berdasarkan frekuensi kunjungan	43
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas KMO.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.12 Hasil Uji F	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 2. Profil Responden	77
Lampiran 3. Tabulasi Data Responden.....	83
Lampiran 4. Uji Deskripsi Responden.....	99
Lampiran 5. Uji Deskripsi Variabel	102
Lampiran 6. Uji Validitas	113
Lampiran 7. Uji Reliabilitas.....	117
Lampiran 8. Uji Kelayakan Model dan Regresi Berganda	119
Lampiran 9. Surat Bebas Plagiarisme	121
Lampiran 10. Catatan dan Bimbingan	123