

**STUDI KOMPARASI AKIBAT PENGARUH PREFERENSI *DIGITAL*
MARKETING, LIFESTYLE DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *PURCHASE DECISION COFFEE SHOP*
DI WILAYAH KABUPATEN SRAGEN**



SKRIPSI

Oleh

Aditiya Putri Alifah

NIM: C.0117005

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN
SURAKARTA

2021

**STUDI KOMPARASI AKIBAT PENGARUH PREFERENSI *DIGITAL*
MARKETING, LIFESTYLE DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *PURCHASE DECISION COFFEE SHOP*
DI WILAYAH KABUPATEN SRAGEN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan
Surakarta

Oleh

Aditiya Putri Alifah

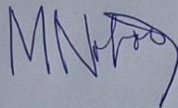
NIM : C.0117005

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN
SURAKARTA
2021**

Persetujuan Dosen Pembimbing

Surakarta, 5 Juli 2021
Disetujui dan Diterima Baik
Untuk Dipertahankan

Pembimbing II



(Drs. M. Nurhadi Sulistiyono, M.M)
NIDN : 0624105601

Pembimbing I



(Drs. Trio Handoko, M.M)
NIDN : 0630055901

**STUDI KOMPARASI AKIBAT PENGARUH PREFERENSI *DIGITAL
MARKETING, LIFESTYLE DAN STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *PURCHASE DECISION COFFEE SHOP*
DI WILAYAH KABUPATEN SRAGEN**

Oleh

Aditya Putri Alifah

NIM : C.0117005

Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Diterima dengan Baik Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

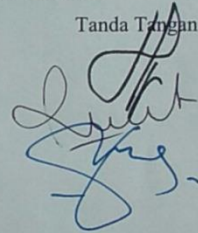
Tanggal : 27 Juli 2021

Tempat : Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Dewan Penguji

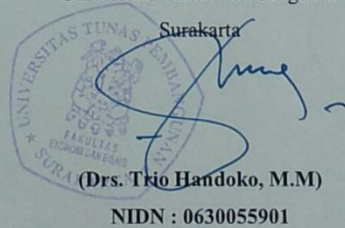
Tanda Tangan

1. Dra. Sri Wijastusti, M.M. (Ketua)
2. Dr. Rini Adiyani, S.E, M.M. (Sekretaris)
3. Drs. Trio Handoko, M.M. (Anggota)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan
Surakarta



(Drs. Trio Handoko, M.M)
NIDN : 0630055901

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aditiya Putri Alifah
NIM : C0117005
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Studi Komparasi Akibat Pengaruh Preferensi *Digital Marketing, Lifestyle Dan Store Atmosphere Terhadap Purchase Decision Coffee Shop Di Wilayah Kabupaten Sragen.*

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah benar-benar merupakan hasil karya tulis ilmiah saya dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana perlunya.

Surakarta, 5 Juli 2021

Hormat Saya,



Aditiya Putri Alifah

NIM C.0117005

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- ❖ Kita punya rencana, Allah SWT pun punya rencana, dan yang pasti terjadi adalah apa yang menjadi rencana Allah SWT (Aa Gym)
- ❖ Barang siapa menelusuri jalan mencari ilmu pada-Nya, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga (HR. Muslim)
- ❖ Aku tidak sebaik apa yang kamu ucapkan, tapi aku juga tidak seburuk apa yang terlintas di hatimu (Ali bin Abi Tholib)
- ❖ Dream big, Work Hard, and Never Give Up.

Saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Allah SWT dan Rosullulah Muhammad SAW
2. Ayah, Ibu dan Adek tercinta
3. Sahabat-sahabat yang telah membantu selama berproses
4. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 FEB UTP Surakarta
5. Almamater UTP Surakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Studi Komparasi Akibat Pagaruh Preferensi *Digital Marketing, Lifetsyle* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Purchase Decision Coffee Shop* Di Wilayah Kabupaten Sragen”. Skripsi ini disusun untuk melengkapi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.

Peneliti menyadari dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar karena bimbingan, saran, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof.Dr.Ir Tresna Priyana Soemardi, S.E, M.S. selaku Rektor Universitas Tunas Pembangunan Surakarta yang telah membantu dalam proses penyelesaian studi.
2. Drs. Trio Handoko, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta dan selaku pembimbing utama yang telah memberi bimbingan-bimbingan dan berkenan meluangkan waktu beliau sehingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Drs. M. Nurhadi Sulistiyono, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta dan selaku pembimbing pendamping yang telah memberi bimbingan-bimbingan dan berkenan meluangkan waktu beliau sehingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Dra. Sri Wijastuti, M.M. selaku dosen penguji pertama yang telah menguji dalam sidang skripsi dan memberikan masukan yang membangun dalam skripsi.

5. Ibu Dr. Rini Adiyani, S.E, M.M. selaku dosen penguji kedua yang telah menguji dalam sidang skripsi dan memberikan masukan yang membangun dalam skripsi.
6. Pranadjaya Coffee, Kenbirti Coffee dan Kopi Gati yang telah berkenan memberikan ijin pada penulis untuk melakukan penelitian ini.
7. Bapak/Ibu Dosen beserta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta yang telah membantu dalam urusan surat menyurat dan perijinan serta bantuannya selama kuliah.
8. Bapak dan Ibu yang telah memberikan segala bentuk cinta dan kasih sayangnya, terimakasih atas doa, nasihat, motivasi dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang selalu membantu penulisan secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Surakarta, 27 Juli 2021



Aditiya Putri Alifah

**STUDI KOMPARASI AKIBAT PENGARUH PREFERENSI *DIGITAL*
MARKETING, LIFESTYLE DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP *PURCHASE DECISION COFFEE SHOP*
DI WILAYAH KABUPATEN SRAGEN**

**Aditiya Putri Alifah
Trio Handoko
Nurhadi Sulistiyono**

ABSTRAK

Permintaan pasar merupakan salah satu faktor timbulnya persaingan pasar. Persaingan yang ketat pun ditandai dengan banyaknya bermunculan *coffee shop* di wilayah Kabupaten Sragen. Tentunya setiap *coffee shop* memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan dan pengaruh *purchase decision coffee shop* di wilayah Kabupaten Sragen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, teknik analisis data menggunakan One Way ANOVA dengan bantuan SPSS. Objek dalam penelitian ini adalah Pranadjaya Coffee, Kenbirti Coffee dan Kopi Gati di Sragen dengan jumlah sampel sebanyak 30 pengunjung dari tiap *coffee shop* dengan menggunakan teknik nonprobability sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan menggunakan skala likert. Dari hasil hipotesis menyatakan bahwa variabel *digital marketing* dan *lifestyle* tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap *coffee shop* Pranadjaya Coffee, Kenbirti Coffee dan Kopi Gati, sedangkan variabel *store atmosphere* terdapat perbedaan yang signifikan. Perbedaan tersebut dilihat pada uji lanjutan Post Hoc antara Pranadjaya Coffee dan Kenbirti Coffee dengan nilai signifikansi 0,015. Sementara itu dari uji f diketahui bahwa variabel *Digital Marketing, Lifestyle* dan *Store Atmosphere* berpengaruh terhadap *Purchase Decision* ketiga *coffee shop* di wilayah Kabupaten Sragen.

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi tim manajemen dalam merumuskan strategi untuk mengembangkan minat pembelian produk *coffee shop* Pranadjaya Coffee, Kenbirti Coffee dan Kopi Gati melalui variabel *digital marketing, lifestyle* dan *store atmosphere*.

Kata kunci : *purchase decision, coffee shop, digital marketing, lifestyle, store atmosphere*

ABSTRACT

Market demand is one factor in the emergence of market competition. The tight competition is also marked by the number of coffee shops popping up in the Sragen Regency area. Of course, every coffee shop has different characteristics. This study aims to analyze the differences and the influence of coffee shop purchase decisions in Sragen Regency. The research method used is quantitative research methods, data analysis techniques using One Way ANOVA with the help of SPSS. The objects in this research are Pranadjaya Coffee, Kenbirti Coffee and Gati Coffee in Sragen with a total sample of 30 visitors from each coffee shop using non-probability sampling technique. The data collection technique used is questionnaire using a Likert scale. From the result of the hypothesis, it is stated that there is no significant difference between digital marketing and lifestyle variables on Pranadjaya Coffee, Kenbirti Coffee and Kopi Gati, while the store atmosphere variable has a significant difference. This difference was seen in the Post Hoc follow-up test between Pranadjaya Coffee and Kenbirti Coffee with a significance value of 0.015. Meanwhile, from the f test, it is known that the Digital Marketing, Lifestyle and Store Atmosphere variables affect the Purchase Decision of the three coffee shops in the Sragen Regency area.

The result of this study can be used as a reference for the management team in formulating strategies to develop interest in purchasing coffee shop products Pranadjaya Coffee, Kenbirti Coffee and Kopi Gati through digital marketing, lifestyle and store atmosphere variables.

Keywords : purchase decision, coffee shop, digital marketing, lifestyle , store atmosphere

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iv |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I : PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 5 |
| E. Sistematika Penulisan | 6 |
| BAB II : LANDASAN TEORI..... | 8 |
| A. Landasan Teori..... | 8 |
| B. Kerangka Pemikiran..... | 18 |
| C. Hipotesis..... | 19 |
| BAB III : METODE PENELITIAN..... | 20 |
| A. Ruang Lingkup Penelitian..... | 20 |
| B. Variabel Penelitian | 21 |
| C. Definisi Operasional Variabel..... | 22 |
| D. Sumber Data..... | 24 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 24 |
| F. Uji Instrumen Penelitian | 26 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 27 |

| | |
|--|-----------|
| BAB IV : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN | 30 |
| A. Lokasi Objek Penelitian | 30 |
| B. Gambaran Objek Penelitian | 31 |
| BAB V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | 33 |
| A. Deskripsi Responden..... | 33 |
| B. Hasil Uji Instrumen Penelitian | 36 |
| C. Hasil Analisis Data..... | 39 |
| D. Pembahasan..... | 48 |
| BAB VI : KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN | 51 |
| A. Kesimpulan | 51 |
| B. Keterbatasan..... | 51 |
| C. Saran..... | 52 |
| DAFTAR PUSTAKA | 53 |
| LAMPIRAN..... | 56 |

DAFTAR TABEL

| No. | Tabel | Halaman |
|--------|--|---------|
| I.1 | Konsumsi Domestik Kopi di Indonesia | 1 |
| I.2 | Daftar <i>Coffee Shop</i> di Kabupaten Sragen..... | 2 |
| II. 1 | Penelitian Terdahulu yang Relevan..... | 17 |
| III. 1 | Jumlah Pengunjung <i>Coffee Shop</i> dari 3 <i>Coffee Shop</i> di Wilayah Kabupaten Sragen | 21 |
| V.1 | Distribusi Jenis Kelamin Responden..... | 33 |
| V.2 | Distribusi Usia Responden | 34 |
| V.3 | Distribusi Pendidikan Terakhir Responden..... | 35 |
| V.4 | Hasil Uji Validitas Pranadjaya Coffee | 36 |
| V.5 | Hasil Uji Validitas Kenbirti Coffee..... | 37 |
| V.6 | Hasil Uji Validitas Kopi Gati | 38 |
| V.7 | Hasil Uji Realibilitas | 38 |
| V.8 | Hasil Uji Normalitas..... | 39 |
| V.9 | Hasil Uji Homogenitas | 40 |
| V.10 | Hasil Uji Multikolinearitas | 40 |
| V.11 | Hasil Uji Heteroskedastisitas | 41 |
| V.12 | Hasil uji One Way <i>Digital Marketing</i> | 42 |
| V.13 | Hasil Uji One Way <i>Lifestyle</i> | 42 |
| V.14 | Hasil Uji One Way <i>Store Atmosphere</i> | 42 |
| V.15 | Hasil Uji Post Hoc..... | 43 |
| V.16 | Hasil Uji t Pranadjaya Coffee..... | 44 |
| V.17 | Hasil Uji t Kenbirti Coffee | 45 |
| V.18 | Hasil Uji t Kopi Gati | 46 |
| V.19 | Hasil Uji f Pranadjaya Coffee | 47 |
| V.20 | Hasil Uji f Kenbirti Coffee | 47 |
| V.21 | Hasil Uji f Kopi Gati | 48 |

DAFTAR GAMBAR

| No. | Gambar | Halaman |
|-----|-------------------------------------|---------|
| 1. | Kerangka Pemikiran | 19 |
| 2. | Peta Wilayah Kabupaten Sragen | 30 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|--------------|---|----|
| Lampiran 1. | Kuesioner | 55 |
| Lampiran 2. | Data Rekapitulasi Responden | 67 |
| Lampiran 3. | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Marketing</i> Pranadjaya Coffee | 71 |
| Lampiran 4. | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i> Pranadjaya Coffee..... | 72 |
| Lampiran 5. | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmopshere</i> Pranadjaya Coffee | 73 |
| Lampiran 6. | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Purchase Decision</i> Pranadajaya Coffee | 74 |
| Lampiran 7. | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital marketing</i> Kenbirti Coffee | 74 |
| Lampiran 8. | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i> Kenbirti Coffee | 75 |
| Lampiran 9. | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmsosphere</i> Kenbirti Coffee | 76 |
| Lampiran 10. | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Purchase Decision</i> Kenbirti Coffee | 77 |
| Lampiran 11. | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Marketing</i> Kopi Gati | 78 |
| Lampiran 12. | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Lifetsyle</i> Kopi Gati..... | 79 |
| Lampiran 13. | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> Kopi Gati..... | 80 |
| Lampiran 14. | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Purchase Decision</i> Kopi Gati... | 81 |
| Lampiran 15. | Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Digital Marketing</i> Pranadjaya Coffee | 81 |
| Lampiran 16. | Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Lifetsyle</i> Pranadjaya Coffee .. | 81 |
| Lampiran 17. | Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> Pranadjaya Coffee | 82 |
| Lampiran 18. | Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Purchase Decision</i> Pranadjaya Coffee | 82 |
| Lampiran 19. | Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Digital Marketing</i> Kenbirti Coffee | 82 |

| | | |
|--------------|--|----|
| Lampiran 20. | Hasil Uji Reliabelitas Variabel <i>Lifestyle</i> Kenbirti Coffee | 82 |
| Lampiran 21. | Hasil Uji Reliabelitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> Kenbirti Coffee | 82 |
| Lampiran 22. | Hasil Uji Reliabelitas Variabel <i>Purchase Decision</i> Kenbirti Coffee | 83 |
| Lampiran 23. | Hasil Uji Reliabelitas Variabel <i>Digital Marketing</i> Kopi Gati | 83 |
| Lampiran 24. | Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Lifestlye</i> Kopi Gati..... | 83 |
| Lampiran 25. | Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> Kopi Gati. | 83 |
| Lampiran 26. | Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Purchase Decision</i> Kopi Gati | 83 |
| Lampiran 27. | Hasil Uji Normalitas Variabel <i>Digital Marketing</i> | 84 |
| Lampiran 28. | Hasil Uji Normalitas Variabel <i>Lifetsyle</i> | 84 |
| Lampiran 29. | Hasil Uji Normalitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> | 84 |
| Lampiran 30. | Hasil Uji Normalitas Variabel <i>Purchase Decision</i> | 85 |
| Lampiran 31. | Hasil Uji Homogenitas Variabel <i>Digital Marketing</i> | 85 |
| Lampiran 32. | Hasil Uji Homogenitas Variabel <i>Lifestyle</i> | 85 |
| Lampiran 33. | Hasil Uji Homogenitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> | 85 |
| Lampiran 34. | Hasil Uji Multikolinearitas Pranadjaya Coffee | 86 |
| Lampiran 35. | Hasil Uji Multikolinearitas Kenbirti Coffee | 86 |
| Lampiran 36. | Hasil Uji Multikolinearitas Kopi Gati..... | 86 |
| Lampiran 37. | Hasil Uji Heterokedastisitas Pranadjaya Coffee | 87 |
| Lampiran 38. | Hasil Uji Heterokedastisitas Kenbirti Coffee..... | 87 |
| Lampiran 39. | Hasil Uji Heterokedastisitas Kopi Gati | 87 |
| Lampiran 40. | Hasil Uji ANOVA <i>Digital Marketing</i> | 88 |
| Lampiran 41. | Hasil Uji ANOVA <i>Lifetsyle</i> | 88 |
| Lampiran 42. | Hasil Uji ANOVA <i>Store Atmosphere</i> | 88 |
| Lampiran 43. | Surat Ijin Penelitian Pranadjaya Coffee | 89 |
| Lampiran 44. | Surat Ijin Penelitian Kenbirti Coffee | 90 |
| Lampiran 45. | Surat Ijin Penelitian Kopi Gati | 91 |
| Lampiran 46. | Presensi Konsul..... | 92 |