

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *PRICE*, *LIFESTYLE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFEE SHOP* JOJA HOUSE BEKASI**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Fimpi Anugrahevina

NPM : 41183402190097



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

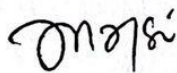
**PENGARUH *WORD OF MOUTH, PRICE, LIFESTYLE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFEE SHOP JOJA HOUSE BEKASI***

Tanggal : 19 Juli 2024

Oleh

Fimpi Anugrahevina
NPM : 41183402190097

Disetujui,
Pembimbing



Ria Marginingsih, S.E., M.B.A.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ashl Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *PRICE*, *LIFESTYLE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFEE SHOP JOJA HOUSE*
BEKASI**

Tanggal : 26 Juli 2024

Oleh

Fimpi Anugrahevina

NPM : 41183402190097

Diuji oleh,

Penguji I



Dr. Rianti Setyawasih, Ir., M. E.

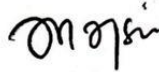
Penguji II



Dr. Husnul Khatimah, S. E., M. Si.

Mengetahui,

Pembimbing



Ria Marginingsih, S.E., M. B. A.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S. E., M. Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Fimpi Anugerahevina
NPM : 41183402190097
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Email : fimpiangrhvna@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul **“Pengaruh *Word of Mouth, Price, Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop Joja House*”** bebas dari plagiarisme. Rujukan penulisan sudah sesuai dengan teknik penulisan karya ilmiah yang berlaku umum.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggung jawaban tanpa adanya pemaksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 26 Juli 2024

Yang menyatakan



Fimpi Anugerahevina

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohiim

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Word of Mouth, Price, Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop Joja House*”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen (Strata Satu) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ria Marginingsih, S.E., M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya, memberikan arahan, bimbingan, perhatian yang berkenan memberikan tambahan ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan yang dialami ketika mengerjakan skripsi ini. Sehingga penulis merasa termotivasi dan bersyukur dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, SE., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Islam 45 Bekasi.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah berkontribusi memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Teristimewa peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada kedua orang tua tercinta (Alm) Ayah Hefi Zulmadi selaku orang tua saya yang sudah meninggal ketika saya masih menempuh pendidikan di Universitas Islam 45 Bekasi saat semester 6. Semoga beliau bangga dengan perjuangannya. Dan Bunda Indah

Murni yang telah memberikan dukungan moril maupun materil serta telah mendidik dengan penuh kasih sayang dan doa yang selalu mengiringi langkah penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga cinta dan kasih sayang yang telah bunda dan (alm) ayah berikan selama ini menjadi pembimbing dan penguat semangat penulis dalam meraih setiap impian.

6. Terimakasih kepada om saya Helfi Gusnaedi, telah menjadi sosok yang memberi dukungan, menggantikan peran ayah, dan bahkan membiayai kuliah penulis. Skripsi ini penulis dedikasikan untuk anda, sebagai tanda terima kasih atas segala bantuan dan cinta yang telah anda berikan selama ini. Semoga skripsi ini bisa menjadi bentuk penghargaan kecil dari penulis untuk anda.
7. Terimakasih kepada tante saya Fitriani, yang telah memberikan dukungan luar biasa selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih atas semangat, dorongan, dan kesediaan Tante untuk selalu membantu dalam segala hal, bahkan dengan kesediaan untuk mengeprint skripsi ini.
8. Terima kasih kepada diri sendiri. Karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang perlu dibanggakan untuk diri sendiri.
9. Terima kasih kepada (Alm) kakek Kardit, yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam perjalanan perkuliahan penulis, meskipun beliau tidak bisa menyaksikan sampai akhir. Terima kasih atas segala dorongan dan inspirasinya. Semoga amal baik beliau diterima di sisi-Nya.
10. Kepada Dimas Firmansyah, terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Keluarga besar, nenek, tante dan juga om yang senantiasa mendukung dan mendengarkan keluh kesah penulis.

12. Putri Nurul Fauziyah, terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaanmu untuk berjuang bersama menyelesaikan skripsi ini hingga akhir, sudah mau bertukar keluh kesah dan cerita bersama penulis. Dan terima kasih atas kesabaran dan dukunganmu sebagai sahabat penulis, yang telah banyak memberikan hiburan dan semangat selama perjalanan ini. Semoga kamu juga segera berhasil dalam sidangmu.
13. Teman satu bimbingan Silvia Alya Yuniar yang saling menyemangati dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Teman – teman saya Yusup Andalanta, Sharoon, Dimas Ariyandhi, Ismi Afrillia dan Dinda Salzabilla. Terima kasih selalu menyemangati dan mengajak keluar untuk bersantai di tengah-tengah kesibukan mengerjakan skripsi. Kehadiran dan dukungan kalian telah menjadi penyejuk di tengah kepusingan ini.
15. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat dituliskan satu persatu. Penulis ucapkan terima kasih atas dukungan dan semangat yang diberikan.

Demikian ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dan membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga segala niat dan perilaku baik yang telah diberikan kepada penulis sebagai bentuk kasih sayang menjadi berkah untuk kita semua dan setiap kebaikan dibalas berkali lipat oleh Allah SWT. Disamping itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti memohon untuk diberikan kritik dan saran yang membangun dari pembaca guna memperbaiki skripsi ini

Wassalamu 'alaikum wa Rahmatullah wa Barakaatuh

ABSTRAK

Fimpi Anugrahevina (41183402190097)

Pengaruh *Word of Mouth, Price, Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* Joja House Bekasi

xx + 158 halaman + 18 tabel + 3 gambar + 2 diagram + 19 lampiran

Kata Kunci: *Word of Mouth, Price, Lifestyle*, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth, Price, Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* Joja House Bekasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dengan kata yang digunakan yaitu: data primer dan sekunder. Populasi pada penelitian ini adalah yang pernah berkunjung melakukan pembelian minimal 2 kali atau lebih di Joja House Bekasi, dengan jumlah sampel 100 responden, untuk pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik metode *pursposive sampling* dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada konsumen Joja House. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan program SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 80,9% variasi variabel dependen keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *word of mouth, price* dan *lifestyle*, dan sisanya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor di luar model.

Variabel *word of mouth* dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-statistik 3.319 lebih besar dari 1.96, dan *p-values* sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 dengan jalur koefisien jalur nilai *original sampel* pada uji hipotesis ini adalah sebesar 0.420.

Variabel *price* dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini di tunjukkan oleh nilai t-statistik 3.775 lebih besar dari 1.96, dan *p-values* sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 dengan jalur koefisien jalur nilai *original sampel* pada uji hipotesis ini adalah sebesar 0.319.

Variabel *lifestyle* dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini di tunjukkan oleh nilai t-statistik 1.891 lebih besar dari 1.96, dan *p-values* sebesar 0.029 lebih kecil dari 0.05 dengan jalur koefisien jalur nilai *original sampel* pada uji hipotesis ini adalah sebesar 0.202

Daftar Pustaka: 73 (2015-2024)

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR DIAGRAM	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	14
1.4 Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah.....	15
1.5 Sistematika Pelaporan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Keputusan Pembelian	17
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	17
2.1.2 Tahapan Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	20
2.2 <i>Word of Mouth</i>	21
2.2.1 Definisi <i>Word of Mouth</i>	21
2.2.2 Jenis Jenis <i>Word of Mouth</i>	22
2.2.3 Indikator <i>Word of Mouth</i>	22

2.3	Harga (<i>Price</i>).....	23
2.3.1	Definisi Harga.....	23
2.3.2	Jenis Jenis Harga.....	24
2.3.3	Indikator Harga.....	25
2.4	Gaya Hidup (<i>Life Style</i>).....	25
2.4.1	Definisi Gaya Hidup.....	25
2.4.2	Jenis Jenis Gaya Hidup.....	26
2.4.3	Indikator Gaya Hidup.....	27
2.5	Tinjauan Terhadap Penelitian Terdahulu.....	28
2.6	Kerangka Pemikiran.....	32
2.7	Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III	METODE PENELITIAN.....	37
3.1	Desain Penelitian.....	37
3.1.1	Metode Penelitian Yang Digunakan.....	37
3.2	Data dan Teknik Pengumpulan.....	39
3.2.1	Jenis dan Sumber Data.....	39
3.3	Model Penelitian dan Instrumen Penelitian.....	40
3.3.1	<i>Word of Mouth</i> (Komunikasi dari Mulut ke Mulut).....	43
3.3.2	<i>Price</i> (Harga).....	44
3.3.3	<i>Life Style</i> (Gaya Hidup).....	44
3.3.4	Keputusan Pembelian.....	45
3.4	Metode Analisis Data.....	46
3.4.1	Analisis Statistik Inferensial.....	47
3.4.2	<i>Evaluation of Measurement Model (Outer Model)</i>	47
3.4.3	Uji Validitas.....	47
3.4.4	Uji Reabilitas.....	49
3.4.5	<i>Evaluation of Structural Model (Inner Model)</i>	50
3.4.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
3.4.7	Uji Model Fit.....	51

3.4.8 Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>).....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	53
4.1.1 Deskripsi Singkat Perusahaan	53
4.1.2 Profil	54
4.1.3 Profil Responden	56
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Deskripsi Statistik Deskriptif.....	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	58
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Perbulan	59
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Perbulan..	60
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian Dalam 3 Bulan Terakhir	60
4.2.8 Analisis Deskripsi.....	61
4.3 Pengujian Kualitas Instrumen.....	70
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	71
4.3.2 Uji Validitas.....	71
4.3.3 Uji Reliabilitas	78
4.3.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	79
4.3.4.1 Uji <i>Koefisien Determinasi (R-Square)</i>	79
4.3.5 Uji Model Fit	80
4.3.6 Uji Hipotesis	82
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
4.4.1 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian....	86
4.4.2 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.4.3 Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	89

4.5 Kelemahan Penelitian	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Simpulan.....	92
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Prasurvei tentang Keputusan Pembelian Joja House	6
Tabel 1.2 Prasurvei <i>Word of Mouth</i> Joja House Coffee.....	8
Tabel 1.3 Prasurvei tentang <i>Price</i> Joja House Coffee	10
Tabel 1.4 Prasurvei tentang <i>Life Style</i> Joja House Coffee	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Kuesioner dengan Skala Likert.....	41
Tabel 3.2 Kategori Skala.....	42
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Perbulan	59
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Kunjungan Perbulan.....	60
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian 3 Bulan Terakhir.....	60
Tabel 4.7 Deskripsi Data Variabel <i>Word of Mouth</i> (X1)	61
Tabel 4.8 Deskripsi Data Variabel <i>Price</i> (X2).....	64
Tabel 4.9 Deskripsi Data Variabel <i>Lifestyle</i> (X3).....	66
Tabel 4.10 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	68
Tabel 4.11 <i>Rule of Thumb</i> (<i>Outer Model</i>).....	71
Tabel 4.12 Hasil Nilai <i>Outer Loadings</i>	73
Tabel 4.13 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	75
Tabel 4.14 <i>Cross Loadings</i> (Nilai <i>Discriminant Validity</i>).....	76
Tabel 4.15 Hasil Pengukuran <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	78
Tabel 4.16 Hasil Analisis <i>R-Square</i>	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Model Fit	80
Tabel 4.18 Hasil Analisis-Jalur Pengaruh Langsung	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Profil Joja House	56
Gambar 4.2 Hasil <i>Outer Loadings</i>	72
Gambar 4.3 Hasil <i>Bootstrapping</i>	83

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1 Pendapatan Penjualan Joja House Selama Tiga Tahun.....	2
Diagram 1.1 Kerangka Pemikiran.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 2 Hasil Jawaban Instrumen Uji Coba	108
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabel Validitas	112
Lampiran 4 Hasil Data Penelitian Kuesioner <i>Word of Mouth</i> (X1).....	115
Lampiran 5 Hasil Data Penelitian Kuesioner <i>Price</i> (X2).....	118
Lampiran 6 Hasil Data Penelitian Kuesioner <i>Lifestyle</i> (X3).....	121
Lampiran 7 Hasil Data Penelitian Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)	124
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinan / <i>R-Square</i> (R2)	127
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis	128
Lampiran 10 Hasil Pra Survei	129
Lampiran 11 Surat Keterangan Riset Perusahaan.....	132
Lampiran 12 Bukti Penyebaran Kuesioner	133
Lampiran 13 Foto Dokumentasi.....	134
Lampiran 14 Surat ACC Judul Skripsi.....	135
Lampiran 15 Surat Keputusan Pembimbing	136
Lampiran 16 Kartu Seminar Proposal.....	137
Lampiran 17 Kartu Bimbingan Skripsi.....	139
Lampiran 18 Hasil Turnitin.....	140
Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup.....	141