

**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN STARBUCKS DI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**



**Oleh:  
Zuhdan Abdar Rahman  
NIM. 1111003083**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2016**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Zuhdan Abdar Rahman

NIM : 1111003083

Tanda Tangan :

Tanggal : 26 Juli 2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Zuhdan Abdar Rahman  
NIM : 1111003083  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks di Jakarta

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dra. Suharyanti, M.S.M.

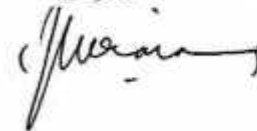
Pembimbing II : Ir. M.TH. Anitawati, MS., M.Sc

Penguji I : Dessy Kania, B.A, M.A

Penguji II : Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Prac



( Dessy Kania )



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Juli 2016

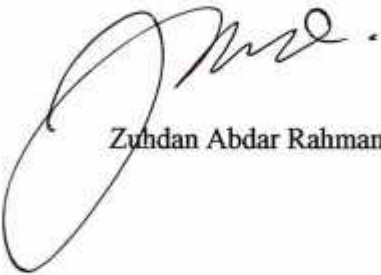
## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan ridho-Nya penulis mampu menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks di Jakarta” sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini penulis mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan memberikan koreksi yang bermanfaat bagi penyusunan dan penyempurnaan tugas akhir ini.
2. Ibu Ir. M. Th. Anitawati, MS. M.Sc, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah siap siaga dalam mengarahkan, memberi masukan serta memotivasi penulis.
3. Dessy Kania, M.A dan Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Prac selaku penguji dalam sidang skripsi saya yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan skripsi ini.
4. Kedua orang tua penulis, Ir. Budiyanto, M.eng dan Aisyah Rubiyati, serta segenap keluarga yang senantiasa memberikan dukungan baik moral maupun material dalam proses penyusunan tugas akhir ini
5. Teman-teman di Universitas Bakrie, terutama Mutiara Putri Parastira, S.Akun, Abdul Rozak, S.Ikom, Hasan Hasbullah S.M, Lipo Fijar S.T, dan Radian Gita S.Akun yang senantiasa memberikan banyak bantuan berupa masukan, dukungan, motivasi, koreksi, dan saran dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Pihak-pihak lain terutama Komunal 2011 yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam pembuatan penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 26 Juli 2016



Zuhdan Abdar Rahman

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zuhdan Abdar Rahman  
NIM : 1111003083  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

### **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks di Jakarta**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 26 Juli 2016

Yang Menyatakan



Zuhdan Abdar Rahman

## **Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks di Jakarta**

Zuhdan Abdar Rahman

---

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen Starbucks di Jakarta. Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas untuk menggambarkan gaya hidup, yaitu aktivitas ( $X_1$ ), minat ( $X_2$ ), dan opini ( $X_3$ ). Sedangkan untuk variabel terikatnya yakni keputusan pembelian ( $Y$ ), yang menggunakan lima dimensi, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca-pembelian. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 125 responden dengan metode *convenience sampling*. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada responden di Starbucks yang berada di kota Jakarta. Analisis dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda, dengan menggunakan SPSS 19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel aktivitas, minat dan opini berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Starbucks di Jakarta. Dan hasil penelitian ini membuktikan bahwa aktivitas, minat serta opini berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Starbucks di Jakarta.

Kata kunci : *perilaku konsumen, gaya hidup, keputusan pembelian*

*The Influence of Lifestyle Toward Consumer Purchase Decision of Starbucks in Jakarta*

Zuhdan Abdar Rahman

---

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to investigate and analyze the impact of lifestyle on consumer purchase decision of Starbucks in Jakarta. This study uses three independent variable to describe the lifestyle, activities (X<sub>1</sub>), interest (X<sub>2</sub>), and opinions (X<sub>3</sub>). As for the dependent variable (Y), purchase decision using five dimensions, identification of needs, search information, alternative evaluation, purchase decision, and post-purchase behavior. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to 125 respondents by convenience sampling method. Distributing questionnaires to the respondents at the Starbucks Coffee in Jakarta. The analysis in this study used multiple linear regression, by using SPSS 19. The results of this study shows that activity, interest and opinion of consumer of Starbucks in Jakarta have significant impact on the purchasing. And the results of this study prove that activity, interest and also opinion have simultaneous effect on consumer purchase decision of Starbucks in Jakarta.*

*Keywords :* consumer behavior, lifestyle, purchasing decision



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b><i>ABSTRACT</i>.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
<b>BAB II KERANGKA TEORITIS.....</b>	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Pustaka terhadap Penelitian Sebelumnya.....	7
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Teori.....	12
2.2.1 Perilaku Konsumen.....	12
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	13
2.2.3 Gaya Hidup.....	16
2.2.4 Teknik Pengukuran Gaya Hidup.....	18

2.2.5 Keputusan Pembelian Konsumen.....	21
2.3 Kerangka Teori.....	23
2.4 Hipotesis.....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Metode Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1 Populasi.....	26
3.2.1 Sampel.....	26
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.3.1 Sumber Data.....	27
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	28
3.4.1 Variabel Bebas.....	29
3.4.2 Variabel Terikat.....	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	31
3.5.1 Analisis Data Univariat.....	31
3.3.2 Analisis Multivariat.....	32
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	33
3.6.1 Uji Validitas.....	34
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.6.3 Uji Korelasi.....	35
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.1.1 Sejarah Starbucks Coffee.....	38
4.1.2 Visi dan Misi Starbucks Coffee.....	40

4.1.3 Fasilitas-Fasilitas Umum di Gerai Starbucks Coffee.....	40
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	41
4.2.3.1 Uji Validitas.....	41
4.2.3.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.2.2 Karakteristik Responden.....	45
4.2.3 Analisis Jawaban Responden.....	48
4.2.3.1 Analisis Jawaban Responden untuk Aktivitas.....	48
4.2.3.2 Analisis Jawaban Responden untuk Minat.....	50
4.2.3.3 Analisis Jawaban Responden untuk Opini.....	51
4.2.3.4 Analisis Jawaban Responden untuk Keputusan Pembelian.....	51
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	53
4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.3 Pembahasan.....	55
4.3.1 Karakteristik Responden.....	55
4.3.2 Aktvitas, Minat, Opini Konsumen Starbucks di Jakarta .....	57
4.3.3 Faktor Lain yang Memengaruhi Keputusan Pembelian .....	62
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 65
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	 <b>xiii</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model 5 Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	21
Gambar 2.2 Kerangka Teori.....	24
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	43
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 4.3 Tingkat Pendidikan Responden.....	44

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rujukan Penelitian-penelitian Sebelumnya.....	9
Tabel 2.2 Dimensi AIO.....	20
Tabel 3.1 Tabel Operasional Konsep Variabel Bebas.....	26
Tabel 3.2 Tabel Operasional Konsep Variabel Terikat.....	27
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai Corrected Item-Total Correlation.....	34
Tabel 3.4 Pengukuran Tingkat Reliabilitas .....	35
Tabel 3.5 Kriteria Penilaian Korelasi .....	36
Tabel 4.1 Hasil <i>Pre-test</i> Uji Validitas.....	39
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.3 Interpretasi Nilai Corrected Item-Total Correlation.....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.5 Pengukuran Tingkat Reliabilitas .....	44
Tabel 4.6 Karakteristik Responden.....	47
Tabel 4. 7 Perolehan Jawaban Aktivitas.....	48
Tabel 4. 8 Perolehan Jawaban Minat.....	49
Tabel 4.9 Perolehan Jawaban Opini.....	50
Tabel 4.10 Perolehan Jawaban Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.11 Model Summary.....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	53
Tabel 4.13 Koefisien Regresi Linear Berganda.....	54