

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(*E-WOM*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ
D'LAMPING KIDANG COFFEE AND VIEW
(Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh

Mely Ristiani Sutrawana

20200510080

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(*E-WOM*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ
D'LAMPING KIDANG COFFEE AND VIEW
(Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)**

Disusun Oleh :

MELY RISTIANI SUTRAWANA

20200510080

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 14 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S.
NIP. 196110221986031002

Penguji II,



Tatang Rois, S.E., M.Si.
NIK. 41038091295

Penguji III,



Faisha Rahimi, S.E., M.M.
NIK. 410110920236

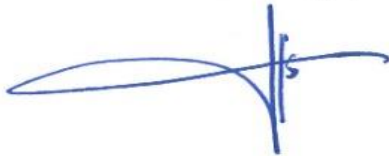
LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ
D'LAMPING KIDANG COFFEE AND VIEW
(Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)**

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I,



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Pembimbing II,



Tatang Rois, S.E., M.Si
NIK. 41038091295

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy
NIK. 41038091296

MOTO

“Orang lain ga akan bisa paham struggle dan masa sulit nya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *succes stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”

“It’s fine to fake it until you make it, until you do, until it true”

(Taylor Swift)

PERSEMBAHAN

“Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, untuk ibu tercinta, untuk keluarga, sahabat, orang-orang tersayang, dan orang - orang yang selalu senantiasa memberikan doa dan dukungan tiada hentinya, serta selalu membersamai hingga saat ini”.

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya **Mely Ristiani Sutrawana**, Nomor Induk Mahasiswa **20200510080** menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ D’LAMPING KIDANG COFFEE AND VIEW (Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”** beserta isinya adalah benar karya sendiri, bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Kuningan, Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Mely Ristiani Sutrawana

NIM. 20200510080

ABSTRAK

MELY RISTIANI SUTRAWANA. 20200510080. Pengaruh Gaya Hidup Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café D'Lamping Kidang Coffee and View (Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan). Dibimbing oleh : Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si dan Tatang Rois, S.E., M.Si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian dan pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian di café D'Lamping Kidang Coffee and View, yang jumlahnya tidak diketahui. Pengambilan sampel menggunakan rumus Lameshow dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebar kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala interval. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan *software* IBM SPSS versi 23. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Gaya Hidup dan *Electronic Word Of Mouth* secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Gaya Hidup, *Electronic Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

MELY RISTIANI SUTRAWANA. 20200510080. *The Influence of Lifestyle and Electronic Word of (E-WOM) Mouth on Purchasing Decisions at Café D'Lamping Kidang Coffee and View (Survey of Kuningan Regency Communities). Supervised by: Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si and Tatang Rois, S.E., M.Si.*

The aim of this research was to determine: The influence of lifestyle on purchasing decisions and the influence of Electronic Word of Mouth on purchasing decisions. The method used was a quantitative method using descriptive analysis. The population in this research is consumers who have made purchases at the D'Lamping Kidang Coffee and View café, the number of which is unknown. Sampling used the Lameshow formula with a sample size of 100 respondents. The sampling technique was using the purposive sampling method. The data collection technique used in this research is by distributing questionnaires and measuring them using an interval scale. Data analysis uses multiple linear regression analysis assisted by IBM SPSS version 23 software. Based on the results of research that has been conducted, it shows that Lifestyle had a positive and significant effect on purchasing decisions. Electronic Word of Mouth had a positive effect on purchasing decisions. Lifestyle and Electronic Word of Mouth simultaneously have a positive influence on purchasing decisions.

Keywords: Lifestyle, Electronic Word Of Mouth, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk mengikuti ujian sidang skripsi di Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan. Skripsi ini berjudul “**Pengaruh Gaya Hidup Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café D’Lamping Kidang Coffee And View** (Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Walaupun demikian, penulis berharap agar skripsi ini dapat menambah pengetahuan bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan dari berbagai pihak yang sangat berharga sekali, penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan hingga terwujudnya skripsi ini.

Kuningan, Juni 2024

Penulis,

Mely Ristiani Sutrawana

20200510080

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas ridhaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan waktu yang telah ditetapkan. Shalawat beserta salam senantiasa kita limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita mendapat syafaatnya di yaumul akhir kelak.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini banyak sekali kesulitan yang dihadapi, dan selama proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
2. Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing I dan Dekan yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan, arahan, bimbingan, dorongan, dan semangat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
4. Tatang Rois, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan, arahan, bimbingan, dorongan, dan semangat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Nurul Siti Jahidah, S.P., M.E., selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberi arahan kepada penulis semasa mengikuti perkuliahan di Universitas Kuningan dari awal masuk hingga tingkat akhir.
6. Enung Nurhayati, S.E., Ak., M.Si., CA., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah banyak memberikan ilmu, arahan, pengalaman, serta motivasi selama perkuliahan.
9. Seluruh Staf Program Studi Manajemen dan seluruh pihak jajaran Universitas Kuningan yang telah memberikan pelayanan yang baik dalam penyusunan skripsi.
10. Orang tua cinta pertama & kasihku, Ibu Mini Rukmini. Terimakasih sebesar-besarnya atas segala bentuk kasih sayang, dukungan, serta do'a yang telah diberikan selama ini. Terima kasih atas segala pengorbanannya selama ini menjadi ibu sekaligus kepala keluarga yang hebat. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan serta dukungan lainnya tanpa batas. Terimakasih menjadi penguat selama perkuliahan ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktunya.
11. Keluarga Besar Alm Bapak Saum yang telah memberikan dukungan dan arahan sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Rekan seperjuangan kelas Manajemen G 2020 terima kasih atas kebersamaannya selama menempuh perkuliahan dalam suka maupun duka dan terima kasih atas dukungan serta pengalamannya.
13. Sahabat yang selalu kebersamai di masa perkuliahan yaitu Aulia Nur Rahmawati, Tiara Putri Amanda, Indri Isnawati, dan Ica Nurcahyati yang telah banyak memberikan saran serta masukan dan membantu penulis dalam mengerjakan skripsi, serta dukungan semangat satu sama lain.
14. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi, terima kasih atas bantuan dan dukungannya serta mohon maaf tidak bisa disebutkan satu persatu.
15. Diri saya sendiri. Mely Ristiani Sutrawana. Terima kasih sudah berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Terima kasih selalu mencoba dan tetap berusaha serta tidak menyerah dalam keadaan apapun. Terima kasih telah mampu melewati segala cobaan serta ujian yang ada selama proses menulis skripsi dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

Terima kasih sudah mencoba menjadi sosok perempuan yang kuat berusaha untuk jatuh dan bangun di kaki sendiri, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Penulis

Mely Ristiani Sutrawana

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR, & HIPOTESIS	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Keputusan Pembelian	12
2.1.3 Gaya Hidup.....	15
2.1.4 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	21
2.1.5 Penelitian Terdahulu	26
2.1.6 Hubungan Antara Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian.....	30
2.1.6.1 Hubungan Antara <i>Electronic Word Of Mouth</i> dan Keputusan Pembelian	30
2.2 Kerangka Berfikir.....	31
2.3 Hipotesis.....	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	35
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	35
3.2.1 Definisi Variabel.....	35
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	36
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel	38
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	39
3.4.1 Jenis Data.....	39
3.4.2 Sumber Data	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Uji Instrumen	41
3.6.1 Uji Validitas.....	41
3.6.2 Uji Reliabilitas	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	46
3.7.1 Analisis Deskriptif	46
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.9 Koefisien Determinasi	50
3.10 Uji Hipotesis.....	51
3.10.1 Uji F (Uji Simultan)	51
3.10.2 Uji t (Uji Parsial)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Hasil Penelitian	55
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden	55
4.1.3 Teknik Analisis Data	59
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.1.5 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi	70

4.1.7 Pengujian Hipotesis	71
4.2 Pembahasan.....	73
4.2.1 Pengaruh Gaya Hidup dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	73
4.2.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.2.3 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN – LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Transaksi 3 Coffeshop di Palutungan, Cisantana Kabupaten Kuningan Tahun 2021 – 2023	3
Tabel 1.2 Data Jumlah Transaksi Café D’Lamping Kidang Coffee and View Periode Tahun 2021-2023	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	36
Tabel 3.2 Kategori Skala Interval.....	41
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X1)	42
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X2).....	43
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	44
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup (X1)	45
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X2).....	45
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 3.9 Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden.....	47
Tabel 4.1 Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Hasil Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4 Hasil Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4.5 Hasil Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	58
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Gaya Hidup	59
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	62
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glesjer.....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Uji Simultan)	71
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian	32
Gambar 4.1 Daerah Kriteria Variabel Gaya Hidup.....	61
Gambar 4.2 Daerah Kriteria <i>Electronic Word Of Mouth</i>	63
Gambar 4.3 Daerah Kriteria Keputusan Pembelian	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Surat Pengantar Bimbingan Skripsi Surat Permohonan Ijin Penelitian Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran II	: Kuesioner
Lampiran III	: Data Primer Hasil Penelitian
Lampiran IV	: Output Hasil Perhitungan SPSS 23
Lampiran V	: Tabel F (Taraf Signifikansi 0,05) Tabel t (Taraf Signifikansi 0,05) Tabel r (Taraf Signifikansi 0,05)
Lampiran VI	: Daftar Riwayat Hidup