

**PENGARUH GAYA HIDUP, CITA RASA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI
PADA *KOFFIE RACER* PARITTIGA
BANGKA BARAT**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

**NAMA : KRISTIAN SEPTIANO
NIM : 3021311050**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2018**



UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Kristian Septiano
NIM : 3021311050
Jurusan : Manajemen
Judul Usulan Penelitian : "Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada *Koffie Racer* Parittiga Bangka Barat"

Pembimbing Utama

Dian Prihardini W, S.E., M.M

NIP. 198207222014042002

Pembimbing Pendamping

Erwin, S.E., M.M., Ph.D

NP. 506507013

Balun Ijuk, 27 Maret 2017
Ketua Jurusan Manajemen



M. Tanggung, S.E., M/Si
NIP. 1963060519900031004

PENGESAHAN SKRIPSI
SKRIPSI BERJUDUL
PENGARUH GAYA HIDUP, CITA RASA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PADA
KOFFIE RACER PARITITIGA
BANGKA BARAT

Yang Dipersiapkan dan Disusun oleh : **KRISTIAN SEPTIANO**

Nomor Induk Mahasiswa : **302 13 11 050**

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Pada Tanggal 20 Desember 2017, dan

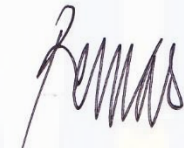
Telah Dinyatakan Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Tim Penguji :

Ketua Penguji

Anggota

Anggota



Dian P. W., S.E., M.M.
NIP. 198207222014042002

Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007

Nanang W., S.E., M.M.
NIP. 198708192014041001

Balun Ijuk, 10 Januari 2018
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Ekonomi

Dekan

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007



M. Tanggung, S.E., M.Si
NIP. 1963060519900031004

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Koffie Racer Parittiga Bangka Barat”**, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan hukuman yang berlaku.”

Balun ijuk, 17 November 2017

Penulis



Kristian Septiano

MOTTO dan PERSEMBAHAN

Motto

- “ Kemenangan yang indah-indahnya dan sesukar-sukarnya yang boleh dir rebut oleh manusia ialah menundukkan diri sendiri”

(Ibu Kartini)

- “ Kesopanan adalah pengaman yang baik bagi keperluan lainnya”

(Cherterfield)

- “ Bunga yang tidak akan layu sepanjang jaman adalah kebajikan”

(William Cowper)

- “ Musuh yang paling berbahaya diatas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh”

(Andrew Jackson)

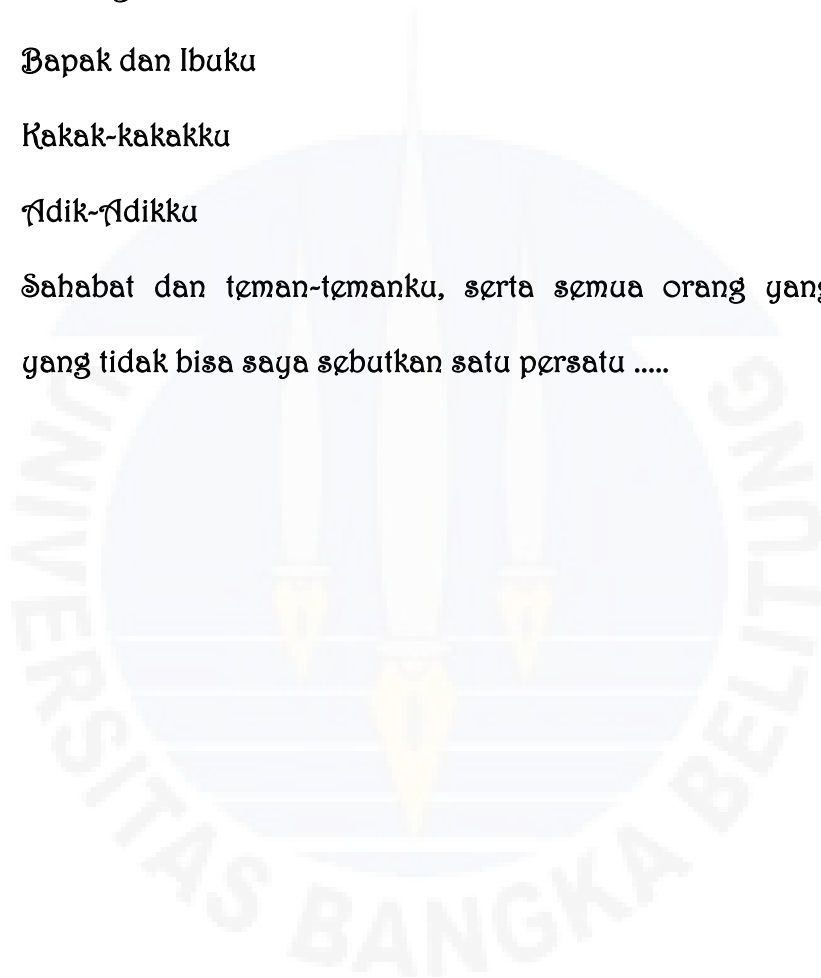
- “ Ketergesaan dalam setiap usaha membawa kegagalan”

(Herodotus)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan kepada :

- ❖ Allah SWT
- ❖ Keluarga Tercinta
- ❖ Bapak dan Ibu
- ❖ Kakak-kakakku
- ❖ Adik-adikku
- ❖ Sahabat dan teman-temanku, serta semua orang yang berkaitan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu



ABSTRACT

Kristian Septiano. 302 13 11 050. *The Influence Of Lifestyle, Taste, and Service Quality To Purchase Intention At Koffie Racer, Parittiga, Bangka Barat.*

The background of this research is based on the phenomenom shows that life style, taste, service quality have influenced the purchase itention. This study aims to examine and find out about life style, taste and service quality to purchase intention at Koffie Racer Parittiga, West Bangka.

This is descriptive qualitative research with the population as much as 625 respondents. The research consist of 244 respondents and sample technique which was done by accidental sampling technique. The research variable is purchase intention by means of life style, taste, and service quality. The data analysis method is using multiple regression analysis, T test, F test and determination coefficient analysis (R^2).

The test result has shown that life style variable (X1) partially has influence positive and significant to purchase intention (Y), can be found from the calculation result $t_{count}(2,171) > t_{table}(1,9697)$ and significance as much as $0,031 < \text{significance level } 0,05$. The test result of taste variable (X2) partially has influence positive and significant to purchase intention (Y), can be found from the calculation result $t_{count}(8,701) > t_{table}(1,9697)$ and significance as much as $0,000 < \text{significance level } 0,05$. The test result of service quality variable (X3) partially has influence positive and significant to purchase intention (Y), can be found from the calculation result $t_{count}(13,151) > t_{table}(1,9697)$ and significance as much as $0,000 < \text{significance level } 0,05$. The rresult simultaneously has shown that life style (X1), taste (X2), and service quality (X3) have influenced to purchase intention (Y) significantly, the test result can be found $f_{count}(253,171) > f_{table}(2,64)$ and significance valeu $0,000 < \text{significance level } 0,05$. It shows that simultaneously life style, taste and service quality have influenced positive and significant to purchase intention. The determination coefficient analysis result (R^2) shows that life style, taste, and service quality have influenced purchase intention variable as much as 75,7% and remains 24,3% has been influenced by other variable out of the research.

Keywords : *life style, taste, sevice quality and purchase intention*

ABSTRAK

Kristian Septiano. 302 13 11 050. Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada *Koffie Racer* Parittiga Bangka Barat.

Dalam penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang ada menunjukkan bahwa gaya hidup, cita rasa dan kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji tentang gaya hidup, cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada *Koffie Racer* Parittiga Bangka Barat.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan jumlah populasi penelitian sebanyak 625 orang. Sampel penelitian terdiri dari 244 orang dan pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *accidental sampling*. Variabel penelitian adalah minat beli yang diukur dengan gaya hidup, cita rasa dan kualitas pelayanan. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, uji T, uji F dan Analisis Koefisien Determinasi (R^2).

Hasil pengujian secara parsial variabel gaya hidup (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, didapat dari hasil perhitungan $t_{hitung} (2,171) < t_{tabel} (1,9697)$ dan dengan signifikansi sebesar $0,031 < taraf\ signifikansi\ 0,05$. Hasil pengujian secara parsial variabel cita rasa (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y), didapat dari hasil perhitungan $t_{hitung} (8,701) > t_{tabel} (1,9697)$ dan dengan signifikansi sebesar $0,000 < taraf\ signifikansi\ sebesar\ 0,05$. Hasil pengujian secara parsial variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y), didapat dari hasil perhitungan $t_{hitung} (13,151) > t_{tabel} (1,9697)$ dan dengan signifikansi sebesar $0,000 < taraf\ signifikansi\ sebesar\ 0,05$. Hasil pengujian secara bersama-sama (simultan) menunjukkan bahwa gaya hidup (X1), cita rasa (X2) dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli (Y), Hasil perhitungan didapat $f_{hitung} (253,171) > f_{tabel} (2,64)$ dan nilai signifikansinya $0,000 < taraf\ signifikansi\ 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama atau simultan gaya hidup, cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa gaya hidup, cita rasa dan kualitas pelayanan mempengaruhi variabel minat beli sebesar 75,7% dan sisanya 24,3% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

Kata kunci : gaya hidup, cita rasa, kualitas pelayanan, dan minat beli

KATA PENGANTAR

Pertama-tama Penulis ingin mengucapkan Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha ESA yang tiada hentinya memberikan rahmat, anugerah, berkat, serta hidayah-nya kepada Penulis, sehingga dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada *Koffie Racer* Parittiga Bangka Barat.” untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Bangka Belitung.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, tidak bisa lepas dari bantuan orang-orang di sekitar Penulis yang terus memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis maka dari itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Ir. Muh. Yusuf, M.Si. selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Dr. Reniati, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. M. Tanggung, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Ibu Dian Prihardini Wibawa, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing utama yang terus membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dan telah berkenan memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Erwin, S.E., M.M. PhD, selaku dosen pendamping yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Akademik di Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis.
7. Keluarga yang selalu mendorong dan terus memberikan semangatnya agar Penulis cepat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan yang membutuhkan. Penulis sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna karena banyaknya keterbatasan yang dimiliki oleh Penulis sebagai manusia. Maka dari itu, Penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran dari teman-teman pembaca untuk membangun ilmu pengetahuan yang lebih baik lagi. Penulis juga mohon maaf apabila ada kata-kata dalam penelitian ini yang kurang berkenan di hati pembaca. Demikian kata pengantar ini dibuat oleh Penulis.

Balunujuk, 24 Oktober 2017

Penulis,

Kristian Septiano

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	12
1.6. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Manajemen Pemasaran	15

2.1.1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	15
2.1.2. Konsep Manajemen Pemasaran	16
2.2. Minat Beli	18
2.2.1. Tahapan Dalam Melakukan Pembelian	18
2.2.2. Tipe-Tipe Pembeli	21
2.3. Dimensi Minat Beli	22
2.4. Gaya Hidup	23
2.5. Dimensi Gaya Hidup	24
2.6. Cita Rasa	25
2.6.1. Komponen-Komponen Cita Rasa	26
2.7. Dimensi Cita Rasa	28
2.8. Kualitas Pelayanan	28
2.9. Dimensi Kualitas Pelayanan	29
2.10. Penelitian Terdahulu	31
2.11. Kerangka Pemikiran	33
2.11.1. Hubungan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli	34
2.11.2. Hubungan Cita Rasa Terhadap Minat Beli	34
2.11.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli	35
2.11.4. Hubungan Gaya Hidup, Cita Rasa, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli	36
2.12. Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Pendekatan Penelitian	38
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.3. Populasi, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel	39
3.3.1. Populasi	39
3.3.2. Sampel	39
3.3.3. Tehnik Pengambilan Sampel	40
3.4. Jenis dan Sumber Data	40
3.4.1. Data Primer	40
3.4.2. Data Sekunder	41
3.5. Tehnik Pengumpulan Data	41
3.6. Variabel Penelitian	43
3.7. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	44
3.7.1. Definisi Operasional Variabel	44
3.7.2. Pengukuran Variabel	46
3.8. Tehnik Analisis Data	47
3.8.1. Analisis Data Statistkik	47
3.9. Uji Instrumen Penelitian	48
3.9.1. Uji Validitas	48
3.9.2. Unji Reliabilitas	48
3.10. Uji Asusmsi Klasik	49
3.10.1. Uji Normalitas	49
3.10.2. Uji Multikolonearitas	50

3.10.3. Uji Heteroskedastisitas	50
3.11. Analisis Berganda.....	51
3.12. Uji Hipotesis.....	52
3.12.1. Uji Statistik T	52
3.12.2. Uji Statistik F	53
3.13. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1. Gambaran Umum Koffie Racer Parittiga	55
4.1.2. Visi Dan Misi Koffie Racer Parittiga	56
4.1.3. Struktur Organisasi Koffie Racer Parittiga	56
4.2. Hasil Deskriptif Penelitian	58
4.2.1. Hasil Deskriptif Karakteristik Responden	58
4.2.2. Hasil Statistik Deskriptif.....	59
4.3. Hasil Analisis Data.....	85
4.3.1. Uji Validitas	85
4.3.2. Uji Reliabilitas	86
4.3.3. Uji Asumsi Klasik.....	87
4.3.4. Analisis Regresi Berganda	92
4.3.5. Uji T	94
4.3.6. Uji F	96
4.3.7. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	97
4.4. Pembahasan	97

BAB V PENUTUP	103
5.1. Kesimpulan	103
5.2. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
DAFTAR LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Daftar Kafe Pada Kecamatan Parittiga Tahun 2017	3
Tabel I.2	Volume Penjualan Koffie Racer Parittiga 2016	6
Tabel I.3	Rata-Rata Pengunjung Koffie Racer Parittiga	6
Tabel I.4	Daftar Menu Produk Koffie Racer Parittiga	7
Tabel I.5	Daftar Pernyataan Pra Survei Kepada 15 Responden 2017	8
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel III.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44
Tabel III.2	Kategori Skala	48
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel IV.3	Gaya Hidup Indikator Kunjungan ke <i>Koffie Racer</i> Parittiga....	59
Tabel IV.4	Gaya Hidup Indikator Waktu Luang	60
Tabel IV.5	Gaya Hidup Indikator Preferensi	61
Tabel IV.6	Gaya Hidup Indikator Prioritas.....	61
Tabel IV.7	Gaya Hidup Indikator Pendapat Pribadi	62
Tabel IV.8	Gaya Hidup Indikator Pendapat Orang Lain	63
Tabel IV.9	Rata-rata Jawaban Responden pada Variabel Gaya Hidup	63
Tabel IV.10	Cita Rasa Indikator Kesegaran	64
Tabel IV.11	Cita Rasa Indikator Kebersihan	65
Tabel IV.12	Cita Rasa Indikator Aroma Khas	65
Tabel IV.13	Cita Rasa Indikator Harum	66
Tabel IV.14	Cita Rasa Indikator Sesuai Selera.....	67

Tabel	IV.15	Cita Rasa Indikator Ciri Khas Rasa	67
Tabel	IV.16	Cita Rasa Indikator Perpaduan Bahan	68
Tabel	IV.17	Cita Rasa Indikator Lembut	69
Tabel	IV.18	Cita Rasa Indikator Tingkat Panas/Dingin	69
Tabel	IV.19	Rata-rata Jawaban Responden pada Variabel Cita Rasa	70
Tabel	IV.20	Kualitas Pelayanan Indikator Kemampuan Mengolah Makanan dan Minuman.....	71
Tabel	IV.21	Kualitas Pelayanan Indikator Tepat Waktu	72
Tabel	IV.22	Kualitas Pelayanan Indikator Tanggap	72
Tabel	IV.23	Kualitas Pelayanan Indikator Penyampaian Informasi.....	73
Tabel	IV.24	Kualitas Pelayanan Indikator Rasa Nyaman.....	74
Tabel	IV.25	Kualitas Pelayanan Indikator Penampilan Karyawan.....	74
Tabel	IV.26	Kualitas Pelayanan Indikator Prilaku Santun	75
Tabel	IV.27	Kualitas Pelayanan Indikator Memberikan Kepercayaan.....	76
Tabel	IV.28	Kualitas Pelayanan Indikator Perhatian yang Tulus	76
Tabel	IV.29	Kualitas Pelayanan Indikator Mudah Dalam Berkomunikasi ..	77
Tabel	IV.30	Rata-rata Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Pelayanan	78
Tabel	IV.31	Minat Beli Indikator Keunggulan Produk	79
Tabel	IV.32	Minat Beli Indikator Ketertarikan Produk.....	79
Tabel	IV.33	Minat Beli Indikator Menyarankan Orang Lain	80
Tabel	IV.34	Minat Beli Indikator Merekomendasikan Produk	81
Tabel	IV.35	Minat Beli Indikator Pemeblian Ulang	81

Tabel IV.36	Minat Beli Indikator Keyakinan akan Kualitas Produk.....	82
Tabel IV.37	Minat Beli Indikator Informasi dari Orang Lain	83
Tabel IV.38	Minat Beli Indikator Pencarian Informasi Sendiri.....	84
Tabel IV.39	Rata-rata Jawaban Responden pada Variabel Minat Beli.....	84
Tabel IV.40	Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif.....	85
Tabel IV.41	Hasil Uji Validitas	86
Tabel IV.42	Hasil Uji Reliabilitas.....	87
Tabel IV.43	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	89
Tabel IV.44	Hasil Uji Multikolonieritas	90
Tabel IV.45	Hasil Uji Heteroskedastisitas	92
Tabel IV.46	Hasil Analisis Regresi Berganda	93
Tabel IV.47	Hasil Analisis Uji t.....	95
Tabel IV.48	Hasil Analisis Uji F	96
Tabel IV.49	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Pemikiran	33
Gambar IV.1	Struktur Organisasi <i>Kofie Racer</i> Parittiga.....	57
Gambar IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	58
Gambar IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Gambar IV.4	Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	88
Gambar IV.5	Hasil Uji Normalitas-Plot	88
Gambar IV.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 Data Penjualan *Koffie Racer* Parittiga

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Gmabaran Umum Responden

Lampiran 5 Hasil Output Spss (Statistik Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F, Analisis Koefisien Determinasi)

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Data Responden Dan Data Jawaban Responden Setiap Variabel Dalam Spss

Lampiran 8 Foto *Koffie Racer* Parittiga

Lampiran 9 Surat UPT Bahasa

Lampiran 10 Kartu Bimbingan Skripsi