

**PENGARUH KELOMPOK ACUAN, SUASANA KAFE, CITRA MEREK
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Survei pada Pelanggan Filosofi Kopi di Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF REFERENCE GROUPS, CAFE ATMOSHPHERE,
BRAND IMAGE AND PERCEIVED PRICE ON PURCHASING DECISIONS
(Survey on Filosofi Coffee Customers in Yogyakarta)***

SKRIPSI



Oleh:

**LUKMAN
20120410246**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2020**

**PENGARUH KELOMPOK ACUAN, SUASANA KAFE, CITRA MEREK
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Survei pada Pelanggan Filosofi Kopi di Yogyakarta)**

***THE EFFECT OF REFERENCE GROUPS, CAFE ATMOSHPHERE,
BRAND IMAGE AND PERCEIVED PRICE ON PURCHASING DECISIONS
(Survey on Filosofi Coffee Customers in Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

LUKMAN

20120410246

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Lukman

Nomor Mahasiswa : 20120410246

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kelompok Acuan, Suasana Kafe, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelanggan Filosofi Kopi di Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 27 Oktober 2020

Penulis

Lukman

HALAMAN MOTTO

*“Sukses bukanlah kunci kebahagiaan, Kebahagiaan adalah kunci kesuksesan.
Jika Anda mencintai apa yang Anda lakukan, Anda akan mendapatkan
kesuksesan itu. Sesungguhnya jalan menuju kebahagiaan ada didepan Anda,
maka carilah ia dalam ilmu, amal saleh, dan akhlak yang mulia. Dan
sederhanakanlah dalam setiap urusan, maka Anda akan berbahagia.”*

*“Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan
sungguh-sungguh (urusan) yang lain”*

(Al-Insyirah: 7)

*“Teman Sejati adalah ia yang meraih tangan Anda
dan menyentuh hati Anda”*

(Heather Pryor)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, ingin kupersembahkan sebuah karya kecil yang telah berhasil kuselesaikan ini kepada :

Almamaterku tercinta Program Studi Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Secara khusus skripsi ini kupersembahkan kepada kedua orang tuaku terima kasih telah merawat, menjaga, membimbing, melindungi serta selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik moril maupun materiil yang pastinya tidak ternilai dan tidak dapat terbayar oleh apa pun.

Untuk para Dosen, baik pengajar, pembimbing akademik, pembimbing skripsi maupun penguji skripsi, terima kasih yang sebesar - besarnya atas ilmu, bimbingan, kritik, saran, masukan dan lain sebagainya guna menjadikan penulis pribadi yang lebih baik di masa depan.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kelompok Acuan, Suasana Kafe, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelanggan Filosofi Kopi di Yogyakarta)”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati, PA., M.Si., Ph.D. Selaku Ketua Program Studi Manajemen telah memberikan petunjuk, bimbingan, kemudahan dan kesabaran yang luar biasa selama penulis menyelesaikan studi.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

Yogyakarta, 17 Oktober 2020

Penulis

Lukman

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis (keilmuan)	8
2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Kelompok Acuan	10
2. Suasana kafe.....	12
3. Citra Merek	16
4. Persepsi harga	17
5. Keputusan Pembelian.....	19

B.	Hasil Penelitian Terdahulu	23
C.	Pengembangan Hipotesis.....	25
1.	Pengaruh kelompok acuan, suasana kafe, citra merek dan persepsi harga secara simultan terhadap keputusan pembelian.	25
2.	Pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan pembelian.....	25
3.	Pengaruh suasana kafe terhadap keputusan pembelian.....	26
4.	Pengaruh Citra merek terhadap keputusan pembelian.	27
5.	Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian	28
D.	Model Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
A.	Objek dan Subjek Penelitian	32
B.	Jenis dan Sumber Data.....	32
C.	Teknik Pengambilan Sampel.....	33
D.	Teknik Pengumpulan Data	34
E.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
F.	Uji Kualitas Instrumen.....	37
G.	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		42
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian dan Subjek Penelitian.....	42
B.	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
C.	Hasil Uji Kualitas Instrumen	47
D.	Analisis Data dan Uji Hipotesis	50
E.	Pembahasan	56
1.	Pembahasan Pengaruh Simultan Kelompok Acuan, Suasana Kafe, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	56
2.	Pembahasan Pengaruh Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian 57	
3.	Pembahasan Pengaruh Suasana Kafe terhadap Keputusan Pembelian ...	58
4.	Pembahasan Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	59
5.	Pembahasan Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .	60
BAB V SIMULAN, SARAN DAN KETERBATASAN		63
A.	Simpulan.....	63
B.	Saran	63
C.	Keterbatasan Penelitian	65
DAFTAR PUSTAKA		66

LAMPIRAN	69
----------------	----

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Tabel Penilaian Pertanyaan atau Pernyataan	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel	36
Tabel 4.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Waktu Berkunjung	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	46
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.9 Hasil Uji F	52
Tabel 4.10 Hasil Uji t	53
Tabel 4. 11 Analisis Koefisien determinasi	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I. Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran II. Karakteristik Responden.....	75
Lampiran III. Hasil Uji Kualitas Instrumen Uji Validitas	77
Lampiran IV. Analisis Regresi Linier Berganda	82