

SKRIPSI

**PENGARUH REFERENCE GROUP, BRAND IMAGE, DAN LIFESTYLE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK STARBUCKS
COFFEE PURI SURYA JAYA SIDOARJO**

(Studi kasus pada Starbucks Coffee Puri Surya Jaya Sidoarjo)



Diajukan Oleh :

Octa Karina Dwi Sulistyorini

21420101

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Nama: Octa Karina Dwi Sulistyorini

NPM: 21420101

Alamat: Jl. Kenongosari No.38 A, Pepelegi-Waru Sidoarjo.

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul "**Pengaruh Reference Group, Brand Image, dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Coffee Puri Surya Jaya Sidoarjo (Studi kasus pada Starbucks Coffee Puri Surya Jaya Sidoarjo)**". Bukan merupakan plagiasi atau suduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, Desember 2024

Yang membuat pernyataan



Octa Karina Dwi Sulistyorini

21420101

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH REFERENCE GROUP, BRAND IMAGE, DAN LIFESTYLE
TERHADAP KEP.UTUSAN PEMBELIAN PRODUK STARBUCKS
COFFEE PURI SURYA JAYA SIDOARJO

(Studi kasus pada Starbucks Coffee Puri Surya Jaya Sidoarjo)

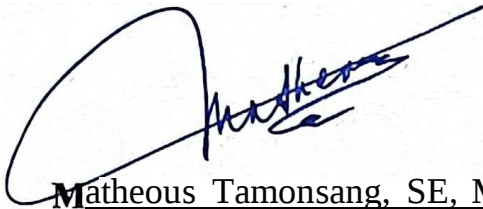
Diajukan Oleh :

Octa Karina Dwi Sulistyorini

21420101

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLER

DOSEN PEMBIMBING :



Matheous Tamonsang, SE, M.Si

Tanggal, 14 Januari 2025

KETUA PROGRAM STUDI:



Dr. Adriarito Triinariono, SE, MM.

Tanggal, 21 Januari 2025

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

SKRIPSI

**PENGARUB REFERENCE GROUP, BRAND IMAGE, DAN LIFESTYLE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK STARBUCKS
COFFEE PURI SURYA JAYA SIDOARJO**

(Studi kasus pada Starbucks Coffee Puri Surya Jaya Sidoarjo)

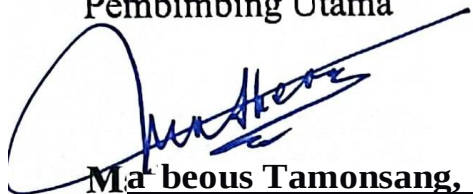
Diajukan Oleh :

Octa Karina Dwi Sulistyorini

21420101

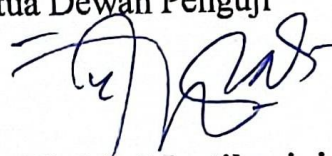
SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Ma beous Tamonsang, SE, M.Si

Ketua Dewan Penguji



Dwi Indah Mustikorini, SE.,MM

Angota Dewan Penguji



Wiwik Herawati, SE.,MM

Skripsi ini telah diterima sebaga1 salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Tanggal, 14 januari 2025



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, iv1M

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-nya sehingga peneliti dapat melaksanakan kegiatan penelitian dan menyelesaikan penulisan laporan akhir skripsi dengan judul **“Pengaruh Reference Group, Brand Image, dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Coffee Puri Surya Jaya Sidoarjo (Studi kasus pada Starbucks Coffee Puri Surya Jaya Sidoarjo)”** dapat terselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari akan berbagai kekurangan atau ketidak sempurnaan dari skripsi, yang disebabkan keterbatasan pengetahuan penulis, untuk itu berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini akan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Maka dari itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besanya kepada pihak yang telah membantu penulis dalam proses penelitian ini, yaitu:

1. Allah SWT terima kasih atas segala nikmat dan rahmat serta karunia pertolongan-nya selama penulis menyusun skripsi.

2. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr., Sp.T.H.T.K.L. (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Bapak Matheous Tamonsang, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta dengan sabar membimbing, memberikan arahan, dan bantuan serta saran bagi penulis selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE, MM selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan bantuan bagi penulis selama kuliah serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Penghargaan dan penghormatan tertinggi serta apresiasi kepada cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Sulisno dan pintu surgaku Ibunda Lilis Suryani, mereka mampu mendidik penulis menjadi anak yang tegar dalam menghadapi segala rintangan, Peduli dan penuh perjuangan untuk mencapai masa depan serta selalu meningkatkan akan keseimbangan dunia dan akhirat. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas ketulusan, doa, cinta

dan kasih sayangnya yang tidak terhingga kepada penulis, sehingga mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Penulis merasa sangat bersyukur memiliki kedua orang tua yang sangat hebat, mampu mengorbankan seluruh tenaga dan kemampuannya membiayai penulis demi meneruskan pendidikannya yang lebih tinggi.

9. Untuk kakak laki-laki, Muhammad Sulistyو yang tidak pernah berhenti memberikan segala motivasi, doa, bantuan dan dukungannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikannya dengan penuh semangat dan tekad yang sangat besar demi bisa memmbanggakan kedua orang tua.
10. Untuk Wahyu Abrianto terima kasih atas segala hal yang telah diberikan saat proses penyusunan skripsi ini. Ternyata hadirnya anda di kehidupan ini cukup memberikan motivasi dan dukungan untuk terus maju dan berproses menjadi pribadi yang mengerti apa itu pengalaman, pendewasaan dan rasa sabar. Terima kasih telah menjadi bagian yang sangat menyenangkan dalam hidup penulis.
11. Untuk sahabat-sahabat terbaik sepanjang masa, Resti Wanda Lian Putri, Hana Putri Pertiwi, Mutiara Azizah Ulayya Syafi'i, Harvhanny Adzrazelina. Terima kasih sudah menjadi sahabat terbaik selama menempuh perkuliahan ini dan mengajarkan banyak hal. Pengalaman yang luar biasa bersama kalian akan jadi moment yang tidak terlupakan dan sangat dirindukan. Semoga persahabatan kita akan terus berlanjut sampai rambut kita mulai memutih dan sukses untuk kita semua.

12. Untuk teman masa kecil penulis Aila Ismatu Widia Sari, Terima kasih atas dukungan dan semangatnya selama ini. Persahabatan kita yang terjalin sejak kecil menjadi inspirasi tersendiri dalam menyelesaikan karya ini.
13. Untuk Daniel Baskara Putra, terima kasih sudah membuat lirik lagu yang maknanya begitu menginspirasi dan sudah menemani penulis di saat –saat mengerjakan skripsi hingga selesai.
14. Last but not least, terima kasih yang sebesar-besarnya kepada diri saya sendiri sebagai penulis, karena sudah berjuang sampai sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah dalam kondisi apapun. Penulis merasa sangat bangga bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dari hasil kerja keras penulis sendiri.

e

ABSTRAK

PENGARUH REFERENCE GROUP, BRAND IMAGE, DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK STARBUCKS COFFEE PURI SURYA JAYA SIDOARJO

(Studi kasus pada Starbucks Coffee Puri Surya Jaya Sidoarjo)

Oleh :

OCTA KARINA DWI SULISTYORINI

Karinadwi2810@gmail.com

Matheous Tamonsang, SE, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Reference Group, Brand Image, dan Lifestyle terhadap keputusan pembelian produk Starbucks Coffee di Sidoarjo pada konsumen starbucks Puri Surya Jaya Sidoarjo. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 97 responden yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Reference Group, Brand Image, dan Lifestyle secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian secara simultan. Secara parsial, Brand Image memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif serta menjadi referensi bagi penelitian serupa di masa depan.

Kata Kunci : Reference Group, Brand Image, Lifestyle, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF REFERENCE GROUP, BRAND IMAGE, AND LIFESTYLE ON THE DECISION TO PURCHASE STARBUCKS COFFEE SIDOARJO

(Case study at Starbucks Coffee Puri Surya Jaya Sidoarjo)

By :

OCTA KARINA DWI SULISTYORINI

Karinadwi2810@gmail.com

Matheous Tamonsang, SE, M.Si

This study aims to analyze the influence of Reference Group, Brand Image, and Lifestyle on purchasing decisions for Starbucks Coffee products in Sidoarjo on Starbucks consumers in Puri Surya Jaya Sidoarjo. Data were collected through questionnaires to 97 respondents selected using the purposive sampling method. Multiple linear regression analysis was used to test the relationship between these variables. The results showed that Reference Group, Brand Image, and Lifestyle significantly influenced purchasing decisions simultaneously. Partially, Brand Image has a dominant influence on purchasing decisions. This study is expected to provide benefits for companies in developing more effective marketing strategies and become a reference for similar research in the future.

Keywords: Reference Group, Brand Image, Lifestyle, Purchase Decision

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Landasan Teori.....	8
2.1.2 Pemasaran	8
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.3 Manajemen pemasaran.....	10
2.1.3.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4.1 Faktor – Faktor Perilaku Konsumen	11
2.1.5 Reference Group.....	15
2.1.5.1 Jenis-Jenis Reference Group (Kelompok Acuan).....	17
2.1.5.2 Indikator-Indikator Refrence Group.....	18
2.1.6 Brand Image.....	19

2.1.6.1	Indikator-Indikator Brand Image	22
2.1.7	Lifestyle	22
2.1.7.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup	23
2.1.7.2	Indikator-Indikator Lifestyle	26
2.1.8	Keputusan Pembelian.....	26
2.1.8.1	Indikator-Indikator Keputusan Pembelian.....	29
2.1.9	Hubungan Antar Variabel.....	29
2.1.9.1	Reference Group Dengan Keputusan Pembelian	29
2.1.9.2	Brand Image Dengan Keputusan Pembelian.....	30
2.1.9.3	Lifestyle Dengan Keputusan pembelian.....	31
2.2	Penelitian Sebelumnya	32
2.3	Hipotesis dan Model Analisis	33
2.3.1	Hipotesis	33
2.3.2	Model Analisis.....	34
BAB III METODEOLOGI PENELITIAN		35
3.1	Pendekatan Penelitian.....	35
3.2	Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1	Populasi.....	35
3.2.2	Sampel	36
3.3	Identifikasi Variabel.....	38
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.5	Jenis dan Sumber Data	40
3.5.1	Data Primer	40
3.5.2	Data Sekunder	40
3.6	Prosedur Pengumpulan Data.....	40
3.7	Uji Validitas Dan Uji Realibilitas.....	42
3.7.1	Uji Validitas	43
3.7.2	Realibilitas.....	43
3.8	Regresi Linear Berganda	44
3.9	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45
3.10	Teknik Analisis Data.....	46

3.10.1 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.10.1.1 Uji Normalitas	46
3.10.1.2 Uji Multikolinearitas	47
3.10.1.3 Uji Heterokedastisitas	47
3.10.1.4 Uji Autokorelasi	48
3.11 Uji Hipotesis.....	48
3.11.1 Uji F (secara simultan)	48
3.11.2 Uji T (secara parsial).....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Obyek Penelitian	51
4.1.1 Profil Starbucks Coffee	51
4.1.2 Visi dan Misi Starbucks Coffee	53
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden	53
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	55
4.3.1 Deskripsi Variabel Reference Group.....	56
4.3.2 Deskripsi Variabel Brand Image.....	57
4.3.3 Deskripsi Variabel Lifestyle	58
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	59
4.4 Analisa Data	60
4.4.1 Uji Instrumen.....	60
4.4.1.1 Uji Validitas	60
4.4.1.2 Uji Realibilitas.....	61
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.4.4 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.4.4.1 Uji Normalitas	64
4.4.4.2 Uji Multikolineritas.....	66
4.4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	67
4.4.4.4 Uji Non Autokorelasi.....	68
4.4.5 Uji Hipotesis.....	69

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	72
4.5.1 Pengaruh Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.5.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.5.3 Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian	73
4.5.4 Dominasi Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	73
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Model Analisis.....	34
Gambar 4.1 Logo Srarbucks	52
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Sebelumnya	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional	39
Tabel 3.2 Skala Likert.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	54
Tabel 4.2 Kategori Skala Skor Empirik Variabel.....	55
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Variabel Reference Group	56
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Variabel Brand Image	57
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Variabel Lifestyle.....	58
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas.....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolineritas	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Non Autokorelasi	68
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	82
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian	84
Lampiran 3 Hasil Tabulasi	88
Lampiran 4 Hasil Output SPSS	99