

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI CAFE PUGU KOPI MARELAN**

Disahkan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan Pendidikan
Strata Satu (S-1)

SKRIPSI



**Ditulis Oleh:
ANGGI SYAHRENI NASUTION
211010166**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA
MEDAN
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Pengaruh Gaya Hidup dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelan

Yang dipersiapkan oleh:

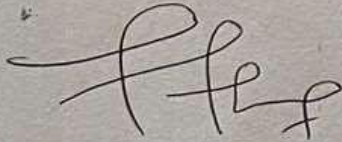
ANGGI SYAHRENI NASUTION

211010166

Telah diperiksa, disetujui dan dinilai layak untuk diajukan pada Sidang Meja Hijau

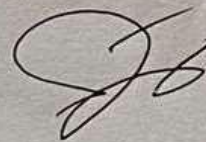
Medan, 18 Mei 2025

Pembimbing I,



Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
NIDN : 0112027303

Pembimbing II,



Dra. Pesta Gultom, M.M.
NIDN : 0117126501

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Pengaruh Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Pugu Kopi Marelan

Yang dipersiapkan oleh:

ANGGI SYAHRENI NASUTION

211010166

Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau

Medan, 04 Agustus 2025

Penguji 1

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

NIDN: 0006037202

Penguji 2



Dedy Lazuardi, S.E., M.M.

NIDN: 0127117801

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri, berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dan bukan merupakan duplikat skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain (plagiarism, pencurian hasil karya milik orang lain). Jika saya mengambil sebagian sebagai kutipan dari karya orang lain maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	:	Anggi Syahreni Nasution
NIM	:	211010166
Judul Skripsi	:	Pengaruh Gaya Hidup dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelan
Pembimbing 1	:	Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
Pembimbing 2	:	Dra. Pesta Gultom, M.M.

Saya Menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 21 Mei 2025


Anggi Syahreni Nasution
211010166

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis¹ sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Pugu Kopi Marelان” sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Strata 1 (S-1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

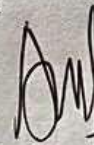
1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prsetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorhty Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ketua Program Studi Manajemen, Bapak Dr. Afrizal, S.E., M.Si
5. Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Ibu Dra. Pesta Gultom, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
7. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M
8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.

9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 21 Januari 2025

Penulis



Anggi Syahreni Nasution

211010166

ABSTRAK

Anggi Syahreni Nasution, 211010166, 2025, Pengaruh Gaya Hidup dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I : Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Pembimbing II: Dra Pesta Gultom, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Gaya Hidup dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان. Metodologi yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Cafe Pugu Kopi. Dengan menggunakan rumus hair minimal jumlah sampel dalam penelitian ini terdapat $13 \times 5 = 65$ responden, maka jumlah indikator yang digunakan adalah sampel minimum = jumlah indikator $\times 5 = 13 \times 5 = 65$ responden, sedangkan batas maksimal jumlah sampel dalam penelitian ini adalah $13 \times 10 = 120$ responden, lalu $130 + 5\% = 137$ responden. Maka peneliti menetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 137 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan Keputusan Pembelian = $7.857 + 0,050$ Gaya Hidup + $0,661$ Lokasi + e. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} (0.616) < t_{tabel} (1,977)$ dengan tingkat signifikan $0,539 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} (8.279) < t_{tabel} (1,977)$ dengan tingkat signifikan $0,000 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان. Hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} (62.549) > F_{tabel} (3.07)$ dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima yaitu gaya hidup dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان. R Square adalah sebesar 0.483 berarti keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi dapat dijelaskan oleh variable gaya hidup dan electronic word of mouth hanya sebesar 40,83% sedangkan sisanya 50.17% dipengaruhi oleh variable-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Lokasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Anggi Syahreni Nasution, 211010166, 2025, The Influence of Lifestyle and Location on Purchasing Decisions at Cafe Pugu Kopi Marelan, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I: Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Supervisor II: Dra Pesta Gultom, M.M.

This research aims to investigate how Lifestyle and Location affect Purchasing Decisions at Cafe Pugu Kopi Marelan. The methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, which is data obtained in the form of numbers. The sources of data consist of primary and secondary data. The population in this study comprises consumers of Cafe Pugu Kopi. Using the Hair formula, the minimum sample size for this study is $13 \times 5 = 65$ respondents, thus the minimum sample size = number of indicators $\times 5 = 13 \times 5 = 65$ respondents, while the maximum sample size in this study is $13 \times 10 = 120$ respondents, then $130 + 5\% = 137$ respondents. Thus, the researcher determined the sample size in this study to be 137 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis methods. The analysis results provide the equation $\text{Purchase Decision} = 7.857 + 0.050 \text{ Lifestyle} + 0.661 \text{ Location} + e$. The calculation of the hypothesis partially yielded t counted $(0.616) < t$ table (1.977) with a significant level of $0.539 > 0.05$, thus H_0 is accepted and H_1 is rejected, concluding that there is no positive and significant partial effect of lifestyle on the purchasing decision at Cafe Pugu Kopi Marelan. The calculation of the hypothesis partially yielded t counted $(8.279) < t$ table (1.977) with a significant level of $0.000 > 0.05$, thus it can be concluded that there is a positive and significant partial effect of Location on the purchasing decision at Cafe Pugu Kopi Marelan. The calculation results obtained a calculated F value $(62.549) > \text{table } F (3.07)$ with a significance of $0.001 < 0.05$, thus H_0 is rejected and H_3 is accepted which means lifestyle and location have a simultaneous effect on purchasing decisions at Cafe Pugu Kopi Marelan. R Square is 0.483 which means purchasing decisions at Cafe Pugu Kopi can be explained by the lifestyle variable and electronic word of mouth by only 40.83%, while the remaining 50.17% is influenced by other variables that are not studied in this research.

Keywords: Lifestyle, Location, Purchasing Decisions.

MOTTO

“Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah:5)

**“Setetes Keringat Orang Tuaku Yang Keluar, Ada Seribu
Langkahku Untuk Maju”**

“Pengetahuan adalah kunci kesuksesan yang tak ternilai.”

- Albert Einstein -

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini saya persembahkan untuk:

ALLAH SWT yang tak pernah berhenti melimpahkan kasih karunia – Nya

Dalam hidupku. Terima kasih Ya Allah

Orang tua, Ayah saya Fadillah Irwansyah Nasution dan Ibu saya Irani Sitorus
nafas hidupku yang tidak pernah jemu mendukung dan memotivasiku untuk
menjadi orang yang sukses. Saudara kandung saya, Fahreza Dzumli Nasution dan
Reyhan Hanafi Nasution yang telah memberikan support untuk menyelesaikan
skripsi ini.

Teman-teman yang telah membantu selama pengerjaan skripsi. Siti Aisyah,
Fadillah Ramadani, Muhammad Zidan, Sabrima Ginting, dan Abadi Lase,
terimakasih karena akhirnya skripsi ini dapat kita selesaikan bersama-sama.

Dan juga teman seperkopian saya, Devi Nabilla Br Tambunan, Salsabilla Putri
dan Nidya Hermayanti yang telah mendengar keluh dan kesah saya dan juga
mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih untuk diri sendiri

Karena telah berjuang dan bertahan untuk menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
MOTTO.....	xii
PERSEMBAHAN	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9

1.6	Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....		11
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU		11
2.1	Landasan Teori.....	11
2.1.1	Teori Keputusan Pembelian	11
2.1.2	Teori Tentang Gaya Hidup.....	17
2.1.3	Teori Tentang Lokasi	24
2.2	Penelitian Terdahulu.....	30
2.3	Kerangka Konseptual	31
2.4	Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III.....		33
METODOLOGI PENELITIAN.....		33
3.1	Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	33
3.1.1	Lokasi Penelitian	33
3.1.2	Waktu Penelitian	33
3.2	Jenis Dan Sumber Data	33
3.2.1	Jenis Data	33
3.2.2	Sumber Data	33
3.3	Populasi Dan Sampel.....	34
3.3.1	Populasi	34

3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data	37
3.6	Teknik Analisa Data	38
3.6.1	Uji Validitas	38
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	39
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	39
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.6.5	Pengujian Hipotesis	41
3.7	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	43
3.8	Kontribusi Variabel	43
BAB IV		44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Gambaran Umum Penelitian	44
4.1.1	Sejarah Singkat Cafe Pugu Kopi	44
4.1.2	Visi dan Misi Cafe Pugu Kopi.....	44
4.1.3	Struktur Organisasi Cafe Pugu Kopi	45
4.2	Hasil Penelitian.....	47
4.2.1	Karakteristik Responden	47
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48

4.2.3 Uji Asumsi Klasik	52
4.2.4 Teknik Analisa Data	56
4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.4 Kontribusi Variabel	61
4.5 Pembahasan	63
BAB V.....	65
KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARA AKADEMIS.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Implikasi Manajerial.....	66
5.3 Saran Akademis.....	67
DAFTAR ISI.....	69
LAMPIRAN 1.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Cafe Pugu Kopi Marelان Periode 2019-2023	7
Tabel 1.2 Data Ulasan Pengunjung Cafe Pugu Kopi.....	9
Tabel 1.3 Rekomendasi Cafe di Marelان	9
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel	40
Tabel 3.2 Skala Likert	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	51
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X1).....	52
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Lokasi (X2)	53
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram Cafe Pugu Kopi Marelan	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Cafe Pugu Kopi Marelan	50
Gambar 4.2 Grafik Histogram	56
Gambar 4.3 Grafik Normal Probability Plot	57
Gambar 4.4 One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Tabulasi Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 3 : Data Tabulasi Gaya Hidup (X1)
- Lampiran 4 : Data Tabulasi Lokasi (X2)
- Lampiran 5 : Data Tabulasi Keputusan Pembelian (Y), Gaya Hidup (X1) dan Lokasi (X2)
- Lampiran 6 : Tabel rtabel
- Lampiran 7 : Tabel ttabel
- Lampiran 8 : Tabel Ftabel
- Lampiran 9 : Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 10 : Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 11 : Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X1)
- Lampiran 12 : Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup (X2)
- Lampiran 13 : Hasil Uji Validitas Lokasi (X2)
- Lampiran 14 : Hasil Uji Reliabilitas Lokasi (X2)
- Lampiran 15 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 16 : Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 17 : Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 18 : Hasil Analisis Regresi linear Berganda
- Lampiran 19 : Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)
- Lampiran 20 : Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Lampiran 21 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Lampiran 22 : Hasil Peran Dominan Variabel Bebas

Lampiran 23 : Nilai Koefisien Kolerasi

Lampiran 24 : Surat Izin Riset

Lampiran 25 : Surat Balasan Riset

Lampiran 26 : Kartu Peserta Seminar Proposal

Lampiran 27 : Kartu Bimbingan Proposal Skripsi Dosen 1

Lampiran 28 : Kartu Bimbingan Proposal Skripsi Dosen 2

Lampiran 29 : Daftar Riwayat Hidup

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang penelitian

Pada masa ini, kemajuan dalam berbagai usaha sudah tidak diragukan lagi termasuk dalam usaha makanan dan minuman. Cafe Sebuah inisiatif di industri makanan dan minuman berfokus pada penyampaian pengalaman layanan yang menyeluruh dan ramah kepada pelanggan. Cafe tertua di Indonesia didirikan pada tahun 1878, bernama Tek Sun Ho, dan didirikan oleh Liaw Tek Soen di Jawa Barat. Meskipun kedai kopi telah ada sejak abad ke-17, Tek Sun Ho menjadi cafe resmi pertama yang menyajikan kopi Arabika. Seiring waktu, cafe ini berkembang dengan menawarkan berbagai jenis minuman dan makanan, menjadikannya tempat yang nyaman untuk bersantai dan berkumpul, terutama di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. Cafe kini berfungsi sebagai ruang multifungsi, dari tempat belajar hingga pertemuan sosial, mencerminkan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia.

Menghabiskan waktu atau bersosialisasi di kafe telah menjadi praktik umum di kalangan orang Indonesia. Tren ini berasal dari perubahan gaya hidup yang memprioritaskan kenyamanan dalam memenuhi kebutuhan makanan dan minuman. Akibatnya, para pengusaha termotivasi untuk memasuki sektor ritel kuliner dengan membuka kafe dan restoran. Jumlah bisnis semacam itu yang besar serupa mewajibkan pemilik cafe untuk lebih memahami keinginan pasar sasaran secara lebih spesifik. Pemilik cafe harus memutar otak untuk menemukan cara untuk

menarik perhatian dan minat pelanggan agar datang ke kafe mereka, terutama karena banyak kafe yang menawarkan produk yang hampir identik.

Cafe merupakan jenis industri kuliner yang pada mulanya hanya menyajikan menu kopi. Industri cafe di Indonesia mengalami transformasi signifikan setelah dampak Covid-19 yang menyebabkan banyak cafe tutup, sektor ini mulai pulih dengan pertumbuhan pesat terutama dikalangan generasi muda. Perkembangan teknologi, seperti mesin sangrai kopi modern dan cara penyeduhan yang unik juga mendukung industri cafe dengan meningkatkan efisiensi dan berkelanjutan.

Salah satu cafe di Marelal yaitu Cafe Pugu Kopi. Cafe Pugu Kopi ini memiliki menu yang beragam yang mencakup hidangan tradisional dan kontemporer. Pugu Kopi cafe yang bertema klasik modern yang sangat digemari anak muda. Suasana cafe yang cenderung memberi efek ketenangan yang dapat dirasakan dari setiap sudut cafe yang klasik, warna yang tidak terkesan mencolok, tanaman hidup yang menambah kesan tenang belum lagi yang membuat pelanggan sangat terhibur. Di Cafe Pugu Kopi fasilitas spesifik apa yang paling efektif dalam meningkatkan kenyamanan konsumen dan agar dapat melakukan pembelian ulang. Fasilitas yang ditawarkan oleh Cafe Pugu Kopi yaitu in door dan out door, selain itu juga tersedia wifi, lcd, proyektor serta perlengkapan seperti toilet, tempat parkir dan spot foto yang menarik yang bisa dinikmati oleh konsumen.

Keputusan pembelian adalah kegiatan penentuan untuk memilih alternatif yang dianggap sebagai tindakan yang tepat untuk mengambil suatu keputusan dalam membeli suatu produk (Mauliddiyah, 2021). Untuk mendorong kepada suatu

keputusan pembelian akan banyak kendala salah satunya adalah persaingan. Sebelum memutuskan melakukan pembelian suatu produk, tentukan saja dilakukan pencarian informasi tentang produk dan mengevaluasi produk hingga terjadi keputusan pembelian. Agar terjadinya keputusan pembelian, cafe harus memastikan seperti apa gaya hidup di daerah cafe tersebut agar berjalan dengan baik. Berikut ini data jumlah penjualan Cafe Pugu Kopi Marelan dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

TABEL 1.1

Data Penjualan Tahun Cafe Pugu Kopi Marelan

Tahun	Data Penjualan
2019	10.000
2020	9000
2021	12.350
2022	15.200
2023	15.600

Sumber : Pugu Kopi

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui pada tahun 2019 penjualan di Pugu Kopi Marelan 10000 cup minuman, saat itu Cafe Pugu Kopi Marelan masih merintis dengan lokasi yang tidak strategis. Belum lagi masyarakat marelan dengan gaya hidup yang hedon, mereka lebih memilih cafe yang terletak di area pusat kota sedangkan Cafe Pugu Kopi sangat lah jauh dari pusat kota dan tempatnya tersembunyi. Pada tahun 2020 penjualan Cafe Pugu Kopi mengalami penurunan dengan penjualan 9000 cup minuman dikarenakan, hal tersebut terjadi karena strategi pemasaran Cafe Pugu Kopi kurang maksimal. Cafe Pugu Kopi juga sulit menggapai konsumennya karena lokasi yang tidak strategis. Pugu Kopi juga belum bisa menyaingi kompetitor lain dengan menawarkan cafe yang lebih estetik dan lebih mudah aksesnya. Selanjutnya pada tahun 2021 penjualan mengalami

peningkatan karena telah menambah makanan dengan penjualan 12.350, dengan cup minuman 12.100 dan makanan 250. Pada tahun 2022 penjualan mengalami peningkatan dengan penjualan 15.200, dengan cup minuman 14.900 dan makanan 300. Walaupun penjualan meningkat Cafe Pugu Kopi memiliki lokasi yang tidak strategis dan jarang orang tahu bahwa di gg tersebut terletak sebuah cafe. Pada tahun 2023 Cafe Pugu Kopi mengalami peningkatan dengan penjualan 15.600, dengan penjualan minuman 15.200 dan makanan 400.

GAMBAR 1.1

Profil Instagram Cafe Pugu Kopi Marelان



Sumber: Instagram Cafe Pugu Kopi Marelان

TABEL 1.2*Data ulasan yang dilakukan pengunjung Cafe Pugu Kopi Marelان*

Ulasan	Jumlah
Fasilitas Cafe Pugu Kopi seperti kursi yang masih kurang saat pengunjung ramai	25
Tempat tersembunyi yang memungkinkan cafe tidak terlihat	30

Sumber: Olahan Penulis

Namun Cafe Pugu Kopi Marelان masih terbilang tidak menjadi top pemilihan di dalam minat kunjungan konsumen, karena lokasinya yang tersembunyi membuat Pugu Kopi belum maksimal menggapai konsumennya. Lalu dengan gaya hidup anak marelان yang terbilang hedon dan sangat mengikuti tren membuat Cafe Pugu Kopi sangat ketinggalan sehingga Cafe Pugu Kopi belum menjadi pilihan utama untuk dikunjungi. Berikut data cafe Marelان yang menjadi pilihan utama dalam konteks nongkrong di cafe:

TABEL 1.3*Rekomendasi Cafe Di Marelان*

No	7 Rekomendasi Cafe Di Marelان
1	De Natural
2	Langit Society
3	Ruang Kopi Koju
4	Rahasia Coffee & Space
5	Enter Coffee
6	Maliq Coffee
7	Kongkow Cafe di Marelان

Sumber: <https://guide.horego.com/cafe-di-marelان/>

Cafe Pugu Kopi marelان belum termasuk kategori dalam pemilihan dalam memilih tempat nongkrong. Lokasi cafe yang tersembunyi inilah yang menjadi alasan cafe pugu kopi tidak menjadi pilihan meskipun menawarkan suasana yang tenang. Gaya hidup anak Marelان yang terkesan mencari cafe yang banyak dikunjungi orang menjadikan Cafe Pugu Kopi tidak masuk dalam daftar list rekomendasi Cafe Marelان dan tidak mampu menyaingi kompetitor lain.

Gaya hidup merujuk pada aktivitas yang diikuti seseorang sepanjang hidupnya, yang dapat memengaruhi kebiasaan dan perilaku konsumsi mereka. (PUJI et al., 2021). Gaya hidup merupakan cara seseorang untuk mengekspresikan keinginannya dalam lingkungan bersosial (Mukuan et al., 2023). Konsep ini menyiratkan individualisme, ekspresi diri, dan kesadaran akan gaya dalam masyarakat kontemporer. Dipercaya bahwa tubuh seseorang, cara berperilaku, pola bicara, aktivitas santai, preferensi makanan dan minuman, rumah, mobil, bahkan sumber informasi, dan seterusnya, semuanya adalah tanda rasa dan gaya individualistik mereka. Gaya hidup di Marelán yang mencakup preferensi terhadap kenyamanan menjadikan lokasi dan berbagai fasilitas yang tersedia sebagai elemen penting. Selain itu, gaya hidup anak Marelán yang juga terbilang hedon mereka lebih memilih cafe yang banyak diminati oleh pengunjung bukan sekedar nyaman saja.

Lokasi adalah tempat berlangsungnya suatu usaha (Izzuddin & Muhsin, 2020). Lokasi bisnis yang ideal adalah yang terletak strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen, terutama jika dekat dengan pusat kota atau pusat aktivitas. (Hidayat, 2020). Keputusan ini sebagian besar bergantung pada faktor-faktor seperti prospek pertumbuhan dan stabilitas ekonomi, tingkat persaingan, lingkungan politik, dan pertimbangan terkait lainnya. Letak geografis sebuah cafe bisa sangat mempengaruhi frekuensi kunjungan dan preferensi konsumsi. Lokasi Cafe Pugu Kopi Marelán yang tidak strategis masuk kedalam gang terbilang tersembunyi dengan lokasi cafe yang berada tidak didekat kota atau tengah kota, membuat cafe masih kurang dikunjungi dan banyak yang tidak tahu bahwa terdapat

cafe di dalam gang tersebut. Menyebabkan penurunan pengunjung berdampak terhadap penurunan keputusan pembelian.

Penelitian Prakosa and Tjahjaningsih (2021) menyampaikan bahwa gaya hidup mencerminkan cara keseluruhan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Gaya hidup seorang konsumen, yang dibentuk oleh berbagai aktivitas, minat, dan pendapat mereka, secara tak terelakkan mempengaruhi cara hidup mereka. Lalu penelitian Izzuddin and Muhsin (2020) juga menjelaskan salah satu alasan kunci mengapa lokasi penyedia layanan penting bagi konsumen adalah kedekatannya dengan rumah mereka. Memahami kedua faktor ini dapat membantu cafe dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka untuk menciptakan keputusan pembelian.

Dengan demikian, latar belakang penelitian ini menekankan perubahan gaya hidup dan lokasi yang strategis meningkatkan keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelan sangat signifikan. Gaya hidup anak marelan yang terbilang praktis dan sangat mengikuti tren membuat Cafe Pugu Kopi sangat tertinggal. Penelitian ini juga memberi kontribusi dalam membantu Cafe Pugu Kopi Marelan meningkatkan daya saing dan mempertahankan pelanggan dengan melihat perubahan gaya hidup masyarakat.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang ada di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Pugu Kopi Marelan”.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka disinyalir tidak stabilnya data penjualan terhadap keputusan pembelian disebabkan oleh:

1. Gaya hidup masyarakat yang modern yang selalu menginginkan sesuatu yang baru, mengingat Cafe Pugu Kopi belum mampu mengamati perubahan dalam tren mode dan gaya membuat Pugu Kopi sangat tertinggal dan belum bisa menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Akses yang sulit membuat Cafe Pugu Kopi belum mampu meraih konsumen. Dimana Cafe tersebut terletak di area yang kurang terlihat dari jalan utama atau minim transportasi umum cenderung belum bisa menarik minat konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Karena adanya kendala spesifik, penulis membatasi penelitian ini untuk fokus hanya pada hubungan antara variabel gaya hidup (X1) dan lokasi (X2) terkait dengan keputusan pembelian (Y). Subjek penelitian terdiri dari konsumen Cafe Pugu Kopi Marelan.

1.4 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang dan identifikasi masalah yang telah disajikan sebelumnya, pernyataan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelan?

2. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان?
3. Apakah ada pengaruh gaya hidup dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان?

1.5 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Cafe Pugu Kopi Marelان.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Cafe Pugu Kopi Marelان.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan lokasi terhadap keputusan pembelian Cafe Pugu Kopi Marelان.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Cafe
Sebagai landasan untuk meningkatkan daya saing produk serupa serta sebagai sumber informasi mengenai pengaruh gaya hidup dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان.
2. Bagi Akademisi

Sebagai sumber pengetahuan tambahan bagi para mahasiswa, terutama yang mengambil jurusan Manajemen, terkait variabel gaya hidup dan lokasi dalam keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keputusan Pembelian

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Oktarina and Andrianingsih (2021), keputusan pembelian melibatkan pemilihan antara dua pilihan yang sebanding dan memilih satu produk atau barang, dengan setiap individu hanya membuat satu pilihan.

Menurut Situmorang (2024), keputusan pembelian adalah proses pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam memilih dari dua atau lebih alternatif perilaku, yang dianggap sebagai tindakan paling tepat untuk membeli.

Menurut Febriansah and Meiliza (2020:2), pengambilan keputusan adalah proses mengevaluasi dan memilih satu atau lebih alternatif.

Menurut Sinaga, H, D (2024), keputusan pembelian adalah proses pengambilan dimana individu atau kelompok membeli suatu kebutuhan baik barang atau jasa yang dapat digunakan untuk keperluannya.

Menurut Lestari, Lam'ah Nasution, and Lubis (2022), keputusan pembelian mengacu pada tindakan konsumen dalam memilih untuk membeli produk atau layanan berdasarkan berbagai faktor tertentu.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah proses kognitif yang dilalui oleh konsumen dalam rangka menentukan pilihan terhadap produk atau jasa yang akan dibeli. Proses ini

melibatkan serangkaian tahapan yang dimulai dari pengenalan kebutuhan hingga evaluasi pasca pembelian.

2.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Pasolong (2023:15-16), menyampaikan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan, yaitu:

1. Pengaruh tekanan eksternal: Tergantung pada tingkat tekanan yang diterima, proses ini dapat berdampak pada pengambilan keputusan.
2. Dampak perilaku yang sudah mendarah daging atau karakteristik pribadi: Keputusan seorang pengambil keputusan mungkin dipengaruhi oleh atribut bawaan mereka, baik yang positif maupun negatif. Seorang pengambil keputusan dalam situasi ini akan terbiasa dengan karakteristik individu mereka.
3. Pengaruh dari kelompok lain: Karena kelompok lain memiliki keputusan yang dapat dipertimbangkan oleh pemimpin kelompok lain saat menyelesaikan tantangan, kelompok lain juga dapat memengaruhi keputusan.
4. Faktor pengalaman: Pengalaman seorang pengambil keputusan sangat penting karena semakin banyak pengalaman yang mereka miliki, semakin berani mereka dalam mengambil keputusan.

2.1.1.3 Tahap-tahap Pengambilan Keputusan

Menurut Febriansah dan Meiliza (2020:3-5), ada beberapa langkah tahap-tahap pengambilan keputusan, yaitu:

1. Mengakui dan mengartikulasikan dasar masalah: Pelanggan sering menghadapi fakta bahwa masalah yang menantang atau sulit didefinisikan bukanlah akar dari suatu masalah. Pelanggan dapat memahami masalah mereka di berbagai tahap. Pertama, pelanggan menguji hubungan sebab-akibat dengan cara yang sistematis. Kedua, pelanggan memeriksa perubahan atau penyimpangan dari keadaan normal dari masalah yang persisten.
2. Pengembangan solusi alternatif membantu pemimpin menghindari keputusan terburu-buru dan mendorong pembuatan keputusan yang lebih efektif, meskipun tidak selalu ideal, untuk mencapai penyelesaian masalah secara optimal.
3. Pencarian dan proses data analisis yang signifikan: Setelah mengidentifikasi masalah, konsumen harus merencanakan langkah selanjutnya, yaitu menentukan data dan informasi yang diperlukan, serta memastikan data tersebut dapat diperoleh tepat waktu dan relevan.
4. Evaluasi Solusi alternatif: Setelah mengajukan berbagai alternatif solusi, konsumen perlu melakukan evaluasi terhadap opsi-opsi tersebut. Tujuan evaluasi ini adalah untuk menilai sejauh mana setiap alternatif dapat efektif menyelesaikan masalah.

5. Pemilihan alternatif solusi terbaik: Pemilihan alternatif solusi terbaik merupakan hasil dari evaluasi terhadap berbagai opsi yang ada. Alternatif yang dipilih harus didasarkan pada kemampuan konsumen dalam menghadapi konsekuensi yang mungkin muncul setelah implementasi solusi tersebut.
6. Implementasi keputusan: Setelah memilih solusi terbaik, konsumen perlu merencanakan langkah-langkah untuk menghadapi potensi masalah, mempertimbangkan risiko, serta menyusun prosedur pelaporan dan tindakan preventif jika terjadi penyimpangan selama pelaksanaan keputusan.
7. Evaluasi hasil keputusan: Implementasi keputusan harus dievaluasi secara berkala. Konsumen perlu menilai apakah pelaksanaan keputusan telah berjalan dengan baik dan apakah hasil yang dicapai sesuai dengan target yang ditetapkan.

2.1.1.4 Jenis Keputusan Berdasarkan Kategorinya

Menurut Pasolong (2023:91-92), menyampaikan bahwa jenis keputusan berdasarkan kategorinya, yaitu:

1. Representasi Keputusan: Jika seorang pengambil keputusan dihadapkan dengan sejumlah besar informasi dan mahir dalam memanipulasinya, keputusan tersebut dapat disebut sebagai representasional. informasi tersebut. Dengan begitu, akan lebih mudah dibuatkan model sehingga model itu mewakili informasi yang tersedia.

2. Keputusan Empiris: mengacu pada pilihan yang dibuat dalam situasi di mana informasi yang tersedia terbatas, tetapi ada metode yang jelas untuk menganalisis informasi tersebut setelah diperoleh. Keputusan ini ditandai dengan ketidakpastian dan ambiguitas tentang informasi mana yang harus dicari dan bagaimana mengevaluasi hasil yang tidak dapat diprediksi. Tanggung jawab utama pengambil keputusan dalam kasus ini adalah secara aktif mencari informasi tambahan.
3. Keputusan Informasi: terjadi dalam konteks di mana informasi melimpah, namun ada perselisihan atau kontroversi tentang bagaimana menginterpretasikan dan memanfaatkan informasi tersebut. Konflik sering muncul terkait data mana yang harus diprioritaskan dan bagaimana prediksi harus dibuat. Untuk menyelesaikan masalah ini, pengambil keputusan perlu berkolaborasi dan mengintegrasikan perspektif mereka, terutama terkait informasi tersebut, untuk menetapkan arah yang jelas.
4. Keputusan eksplorasi: adalah keputusan yang dibuat dalam situasi di mana informasi langka, dan tidak ada kesepakatan tentang bagaimana memulai pengumpulan data yang diperlukan. Ketidakpastian terutama muncul dari kebingungan tentang di mana memusatkan upaya pengambilan keputusan dan kekhawatiran tentang kemungkinan konflik karena ketidakmampuan untuk meramalkan tujuan potensial. Dalam kasus seperti itu, sangat penting untuk terlibat dalam eksplorasi untuk mengidentifikasi informasi yang tepat yang dibutuhkan.

2.1.1.5 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Oktarina and Andrianingsih (2021), terdapat beberapa indikator dari keputusan pembelian, yaitu:

1. Pemilihan produk: Responden memilih item menu berdasarkan faktor-faktor seperti kegunaan produk, bahan, masa simpan, dan pertimbangan lainnya.
2. Pemilihan merek: Preferensi konsumen dipengaruhi oleh daya tarik merek tertentu.
3. Pemilihan saluran distribusi: Ketersediaan berbagai pilihan menu melalui saluran yang berbeda mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.
4. Waktu pembelian: Kesiediaan atau niat untuk melakukan pembelian ulang dari waktu ke waktu.
5. Kuantitas pembelian: Jumlah atau volume produk yang diputuskan untuk dibeli oleh konsumen.
6. Metode pembayaran: Cara di mana konsumen menyelesaikan pembayaran untuk pembelian mereka.

Menurut Wulandari and Mulyanto (2024:11-12), ada beberapa indikator yaitu:

1. Pengakuan Masalah: Konsumen mengidentifikasi kebutuhan atau masalah yang memerlukan solusi. Kesadaran ini dapat muncul dari kebutuhan sehari-hari atau keadaan tertentu. Pembeli menyadari adanya kesenjangan antara situasi mereka saat ini dan beberapa hasil yang diinginkan.

2. Pencarian Informasi: Konsumen secara proaktif mengumpulkan informasi tentang produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.
3. Evaluasi Alternatif: Konsumen menilai berbagai pilihan dengan memeriksa aspek-aspek seperti fitur produk, harga, kualitas, reputasi merek, dan karakteristik lainnya. Tahap ini melibatkan perbandingan dan penyeimbangan berbagai merek atau produk sebelum membuat keputusan.
4. Keputusan Pembelian: Setelah mengevaluasi opsi yang tersedia, konsumen memutuskan apakah akan membeli atau tidak. Elemen seperti harga, promosi, dan kepercayaan merek sangat mempengaruhi keputusan ini. Umumnya, konsumen membuat lima sub-keputusan kunci selama pembelian: pemilihan merek, pilihan distributor, penentuan jumlah, keputusan waktu, dan pemilihan metode pembayaran.
5. Perilaku Pasca-Pembelian: Setelah membeli produk atau layanan, konsumen menilai tingkat kepuasan mereka. Kepuasan atau ketidakpuasan ini mempengaruhi kebiasaan membeli mereka di masa depan dan dapat menyebabkan tindakan seperti merekomendasikan produk, melakukan pembelian ulang, mengembangkan loyalitas merek, atau mengajukan keluhan.

2.1.2 Teori Tentang Gaya Hidup

2.1.2.1 Pengertian Gaya Hidup

Menurut Aulia and Zainarti (2023), gaya hidup merupakan salah satu indikator dari faktor pribadi yang turut berpengaruh terhadap perilaku konsumen,

yang melibatkan proses pengambilan keputusan dalam memilih kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut PUJI et al. (2021), gaya hidup adalah aktivitas yang dilakukan seseorang semasa hidupnya yang dapat mempengaruhi pola konsumsi dan perilakunya.

Menurut Prakosa and Tjahjaningsih (2021), menyampaikan bahwa gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

Menurut Tri Lestari, Eni Karsiningsih (2023), menyampaikan bahwa gaya hidup termasuk dalam perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

Menurut Lestari et al. (2022), gaya hidup adalah faktor kunci yang mempengaruhi pembelian produk atau layanan konsumen. Di era modern saat ini, gaya hidup mewakili kebutuhan sekunder atau tambahan yang dapat bervariasi sesuai dengan keinginan individu untuk berubah.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang tercermin dari aktivitas, minat dan pandangannya. Ini mencakup cara individu menjalani kehidupan sehari-hari dan dapat berubah sesuai dengan waktu dan keinginan.

2.1.2.2 Dampak Dari Gaya Hidup

Terdapat berbagai dampak yang ditimbulkan dari berbagai jenis gaya hidup yaitu dapat berupa dampak positif dan dampak negatif. Berikut adalah penjelasan mengenai dampak positif dan dampak negatif yang mungkin terjadi:

1. Dampak Positif

- a. Peningkatan Interaksi Sosial : Perilaku konsumen memiliki potensi untuk mempengaruhi bagaimana remaja berinteraksi secara sosial di dalam keluarga mereka maupun di antara teman-teman mereka. Keterlibatan dalam aktivitas konsumtif, seperti berbelanja bersama atau mengikuti tren terbaru, dapat memperkuat hubungan sosial dan rasa kebersamaan di antara individu (Rohmah et al., 2024).
- b. Pengurangan Stres : Sebuah penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa dengan gaya hidup hedonis merasa bahwa stres yang mereka rasakan berkurang, sehingga mereka merasa lebih senang (Jennyya et al., 2021).
- c. Peningkatan Kesehatan Fisik : Menjalani gaya hidup sehat telah terbukti memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan fisik, mental, dan sosial. Ini sangat penting bagi orang dewasa, yang memiliki kendali penuh atas hidup dan lingkungan mereka, untuk mengadopsi gaya hidup seperti itu (D. Aulia et al., 2024).
- d. Peningkatan Kesehatan Finansial : Dengan mengadopsi gaya hidup hemat yang dijelaskan sebelumnya, individu dapat mengelola keuangan mereka dengan efektif, memungkinkan mereka untuk menabung dan memiliki dana yang siap tersedia untuk keadaan darurat di masa depan. (Rahel et al., 2020).

2. Dampak Negatif

- a. Masalah Psikologis pada Remaja : gaya hidup konsumtif menunjukkan antusiasme yang kuat terhadap produk, kesulitan memilih barang yang

diperlukan, cenderung mengeluarkan uang lebih, dan sering menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan dengan efektif (Mujahidah, 2022).

- b. Dampak pada Kesejahteraan : gaya hidup hedonisme dapat merusak diri sendiri, pemborosan serta melanggar aturan dan norma (Jenny et al., 2021).
- c. Kualitas Hidup Menurun : dampak dari pola hidup frugal life sangat berdampak pada aspek sosial maupun psikologi individu yang akan terganggu. Memang penting untuk menyeimbangkan antara pendapatan, penghematan dan pengeluaran namun individu juga perlu memperhatikan keseimbangan antara penghematan dan kualitas hidup (Laoli et al., 2024).

2.1.2.3 Jenis jenis gaya hidup

Gaya hidup mencerminkan pola perilaku, minat, dan opini individu atau kelompok dalam kehidupan sehari-hari. Berikut adalah beberapa jenis gaya hidup, yaitu:

1. Gaya Hidup Konsumtif : yaitu perilaku suatu Orang-orang yang terpengaruh oleh pengaruh sosiologis sering terlibat dalam konsumsi barang dan jasa yang berlebihan atau tidak terencana, seringkali membeli barang-barang yang memiliki nilai rendah atau tidak perlu. Pola perilaku ini umum terjadi di semua kelompok remaja, termasuk mahasiswa (Yosefa Renan Panu, 2024).
2. Gaya Hidup Hedonisme : Gaya hidup yang berpusat pada pencarian kesenangan atau kepuasan yang tanpa batas sering mengarah pada

manajemen keuangan yang buruk ketika seseorang mengadopsi bentuk hedonisme ekstrem dalam cara hidup mereka (Yosefa Renan Panu, 2024).

3. Gaya hidup sehat adalah keputusan yang mudah dan sangat sesuai untuk diterapkan, yang melibatkan pola makan bergizi, berpikir positif, kebiasaan baik, dan lingkungan yang mendukung (Limbong et al., 2020).
4. Gaya Hidup Hemat : gaya hidup hemat atau frugal living adalah gaya hidup yang saat ini sedang populer disemua kalangan masyarakat terkhususnya anak muda yang ingin mempersiapkan masa depan yang baik dan mapan. Meskipun mengutamakan hidup hemat, masyarakat yang menerapkan gaya hidup ini tetap mementingkan value atau nilai suatu barang (Laoli et al., 2024).

2.1.2.4 Komponen Rencana Bisnis Gaya Hidup

Menurut Firmansyah and Andrianto (2019:232), terdapat komponen rencana bisnis gaya hidup, yaitu sebagai berikut:

1. Konsep: Berikan penjelasan yang jelas tentang ide bisnis Anda dalam satu atau dua paragraf, menjelaskan jenis bisnis yang Anda rencanakan untuk diluncurkan. Sertakan alasan mengapa bisnis ini diperlukan dan identifikasi audiens target yang ingin dilayani. Anda juga dapat menyebutkan jika bisnis ini akan berfungsi sebagai usaha sampingan atau usaha gaya hidup bagi Anda, jika relevan.

2. Langkah Penelitian: Gariskan kegiatan penelitian yang Anda rencanakan untuk dilakukan. Jika Anda belum melakukan penelitian apa pun, jelaskan secara singkat mengapa Anda yakin bahwa ide bisnis Anda akan berhasil.
3. Proyeksi Keuangan: Memperkirakan pendapatan dan pengeluaran Anda adalah elemen penting dari rencana bisnis Anda. Ingatlah bahwa proyeksi ini, terutama perkiraan pendapatan, mungkin tidak sangat tepat.
4. Pendanaan: Jelaskan kebutuhan finansial bisnis Anda terkait pendirian dan operasional sehari-hari, dengan merujuk pada proyeksi finansial. Rincikan sumber kas yang diperlukan, apakah berasal dari investor, pemberi pinjaman, sumber daya pribadi, atau kombinasi dari beberapa sumber. Jika mencari pendanaan eksternal, bagian ini harus lebih mendetail dibandingkan jika menggunakan dana pribadi.
5. Pemasaran: Jelaskan alasan di balik konsep dan metode pemasaran Anda. Pemasaran mencakup lebih dari sekadar iklan dan promosi; ini juga melibatkan analisis pasar sasaran, pesaing, penetapan harga, serta cara menyampaikan pesan kepada calon pelanggan dan meyakinkan mereka untuk menjadi pelanggan tetap.
6. Struktur hukum: Sebuah bisnis dapat diorganisasi sebagai usaha perorangan, kemitraan, korporasi, perusahaan dengan tanggung jawab terbatas (LLC), atau bentuk lainnya. Anda perlu menjelaskan struktur yang dipilih, meskipun hanya menyatakan bahwa "perusahaan akan menjadi kepemilikan pribadi untuk sementara" jika tidak ada struktur spesifik yang ditentukan.

2.1.2.5 Indikator Gaya Hidup

Menurut Aulia and Zainarti (2023), terdapat beberapa indikator gaya hidup, yaitu:

1. **Aktivitas:** Ini merujuk pada semua tindakan yang dilakukan konsumen, termasuk produk yang mereka beli atau gunakan, serta cara mereka menghabiskan waktu luang mereka.
2. **Minat:** Ini berkaitan dengan pilihan dan prioritas konsumen terkait hal-hal yang mereka anggap cukup menarik untuk diinvestasikan waktu dan uang mereka.
3. **Opini:** Setiap opini konsumen dipengaruhi oleh sudut pandang dan emosi individu mereka mengenai berbagai peristiwa yang terjadi di sekitar mereka, termasuk masalah isu politik, masalah ekonomi, subjek pendidikan, barang dan jasa, peluang masa depan, dan tema budaya.

Menurut Moehadi et al. (2024), ada tiga indikator gaya hidup yaitu:

1. **Keterlibatan Media Sosial:** Cara individu menggunakan dan berinteraksi di platform media sosial dapat menjadi indikator berharga dari gaya hidup mereka. Misalnya, jenis konten yang mereka lihat, seberapa sering mereka terlibat dengan berbagai jenis pos, dan merek atau produk yang mereka ikuti dapat mengungkapkan preferensi dan minat mereka.
2. **Polanya Belanja Mencerminkan Gaya Hidup:** Cara konsumen mengalokasikan pengeluarannya dapat memberikan wawasan tentang pilihan gaya hidup mereka. Misalnya, jumlah uang yang dihabiskan untuk

hiburan, perjalanan, atau produk kesehatan dan kebugaran dapat menyoroti nilai dan prioritas mereka.

3. Tren dalam Mode dan Gaya: Perubahan dalam tren pakaian, gaya pribadi, dan kesetiaan merek dapat menunjukkan perubahan dalam gaya hidup konsumen. Individu yang mengikuti tren mode tertentu atau berasosiasi dengan merek atau gaya tertentu sering kali memiliki pengaruh ini tercermin dalam kebiasaan belanja mereka.

2.1.3 Teori Tentang Lokasi

2.1.3.1 Pengertian Lokasi

Menurut Senggetang, Mandey, and Moniharapon (2019), lokasi mengacu pada penempatan toko atau pengecer di dalam area strategis yang dirancang untuk mengoptimalkan potensi keuntungan. Memilih lokasi bisnis yang tepat sangat penting untuk memastikan keberhasilan jangka panjang perusahaan.

Menurut Sinaga, H, D (2024), pada saat membuka suatu bisnis/usaha pembisnis harus memperhatikan letak lokasi wirausaha yang strategis dan mudah dijangkau oleh pembelinya.

Menurut Ambarwati (2020:512-513), lokasi strategis mengacu pada tempat yang dipilih untuk kegiatan operasional sebuah perusahaan yang menawarkan manfaat sebesar-besarnya. Tujuan dari strategi lokasi adalah untuk mengoptimalkan keuntungan yang dapat diberikan oleh lokasi tersebut kepada bisnis.

Menurut Hidayat (2020), lokasi yang diposisikan secara strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen, seperti daerah yang dekat dengan pusat kota atau pusat aktivitas, adalah ideal untuk mendirikan bisnis.

Menurut Izzuddin and Muhsin (2020), lokasi adalah tempat berlangsungnya suatu usaha. Idealnya pemberi jasa memiliki lokasi yang baik sebagai tempat usahanya, tempat yang disukai baik oleh produsen maupun konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi merujuk pada tempat atau posisi suatu objek, entitas atau kegiatan di permukaan bumi. Dalam konteks bisnis, lokasi sangat penting karena dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. lokasi yang baik biasanya memiliki aksesibilitas yang tinggi, dekat dengan pasar dan berada di area yang strategis.

2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Lokasi

Menurut Ambarwati (2020:516-518), ada beberapa faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi, yaitu:

1. Kepadatan Penduduk: Jumlah orang yang tinggal di suatu area adalah salah satu faktor yang dapat menunjukkan potensi keberhasilan sebuah bisnis di pasar tersebut, meskipun itu tidak seharusnya menjadi satu-satunya kriteria untuk menentukan keberhasilan bisnis.
2. Pendapatan: Jika kepadatan penduduk tidak sesuai dengan daya beli komunitas, lokasi tersebut mungkin tidak cocok untuk pusat perbelanjaan. Oleh karena itu, penting untuk menilai tingkat pendapatan populasi lokal

untuk menentukan apakah mereka akan tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh waralaba atau pusat perbelanjaan Anda.

3. Jumlah Bisnis: Jenis bisnis yang sudah ada di suatu area dapat mempengaruhi jenis bisnis baru yang akan berkembang di sana, tergantung pada lingkungan komersial lokal.
4. Lokasi: Ada berbagai pilihan lokasi bisnis, seperti mal atau pusat perdagangan, yang harus dipertimbangkan saat merencanakan bisnis. Setiap usaha biasanya memiliki lokasi yang sesuai, contohnya Circle-K yang lebih cocok di perumahan daripada di kawasan industri.
5. Jumlah traffic: Jumlah lalu lintas, baik kendaraan maupun pejalan kaki, mempengaruhi kesuksesan usaha. Aktivitas yang tinggi menunjukkan lokasi sering dilalui banyak orang, sementara akses yang mudah juga penting agar pelanggan dapat dengan mudah mencapai lokasi usaha.
6. Pusat keramaian: Seperti mal (misalnya Mall Depok Town Square), sering kali lebih ramai di outlet makanan. Lokasi di seberang jalan mal juga bisa ramai dengan pengunjung dan biasanya harga sewanya lebih terjangkau. Lokasi strategis lainnya bisa di rumah sakit, kampus, atau tempat ramai lainnya.
7. Akses Karyawan: Kedekatan lokasi bisnis dengan rumah karyawan adalah faktor penting yang perlu dipertimbangkan. Jika tempat kerja terlalu jauh, hal itu dapat berdampak negatif pada produktivitas dan kepuasan karyawan. Idealnya, lokasi tersebut harus cukup dekat, terutama bagi staf penting,

untuk memudahkan perjalanan sehari-hari dan meningkatkan efisiensi secara keseluruhan.

8. Zoning: Sangat penting untuk memilih lokasi yang sesuai dengan sifat bisnis. Mendirikan bisnis di area yang tidak ditunjuk untuk penggunaan komersial, seperti menempatkan toko ritel di zona industri, dapat merugikan dan umumnya tidak disarankan.
9. Persaingan: Mengevaluasi tingkat persaingan di area tersebut adalah hal yang perlu dilakukan. Jika pasar sudah jenuh dengan bisnis serupa, memilih lokasi tersebut mungkin tidak strategis, karena dapat membatasi peluang pertumbuhan dan profitabilitas.
10. Appearance: Pemilihan lokasi usaha yang aman, kredibel, terjangkau, kesuksesan bisnis. Lokasi yang tepat dapat menarik pasar dan mendukung perkembangan usaha, seperti contoh mall yang menarik pembangunan real estate di sekitarnya.

2.1.3.3 Keputusan Pemilihan Lokasi Negara

Menurut Ambarwati (2020:511) Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi negara, yaitu sebagai berikut:

1. Risiko politik meliputi faktor-faktor seperti kebijakan pemerintah, regulasi yang ada, sikap pihak berwenang, dan insentif apa pun yang diberikan oleh pemerintah yang dapat mempengaruhi operasi bisnis.
2. Tantangan budaya dan ekonomi, termasuk isu seperti korupsi, juga dapat berdampak signifikan pada lingkungan bisnis.

3. Lokasi pasar sangat penting karena produk yang dihasilkan harus diserap oleh konsumen untuk mempertahankan keberlanjutan pasar.
4. Ketersediaan tenaga kerja, tingkat upah, dan produktivitas pekerja adalah pertimbangan penting karena tenaga kerja merupakan sumber daya kunci bagi perusahaan.
5. Akses terhadap pasokan, komunikasi yang andal, dan sumber daya energi sangat penting karena perusahaan sangat bergantung pada input ini untuk berfungsi secara efektif.
6. Fluktuasi nilai tukar mata uang dapat menimbulkan risiko, karena nilai mata uang yang tidak stabil dapat sangat mempengaruhi kegiatan bisnis dan profitabilitas.

2.1.3.4 Kriteria Demografi Dalam Memilih Lokasi

Menurut Ambarwati (2020:518-519), ada beberapa kriteria demografi dalam memilih lokasi strategis dalam penempatan suatu usaha, yaitu:

1. Rentang usia populasi target.
2. Jumlah rumah tangga, termasuk penduduk yang bekerja dan mereka dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi.
3. Rata-rata pendapatan keluarga dan individu di daerah tersebut, yang sangat penting untuk mengidentifikasi segmen konsumen potensial untuk bisnis.
4. Selain itu, total populasi, termasuk pria dan wanita, berperan dalam membentuk ukuran pasar target untuk bisnis tersebut.

2.1.3.5 Indikator Lokasi

Menurut Senggetang, Mandey, and Moniharapon (2019), terdapat beberapa indikator dari lokasi yaitu:

1. Aksesibilitas: Lokasi yang mudah dijangkau, terutama yang memiliki layanan transportasi umum yang baik.
- 2, Visibilitas: Tempat yang mudah dikenali dari jalan atau dalam jarak pandang normal.
3. Ketersediaan Parkir: Fasilitas parkir yang luas, aman, dan nyaman, dapat menampung baik sepeda motor maupun mobil.
4. Ekspansi: Ruang yang cukup yang memungkinkan untuk ekspansi di masa depan atau peningkatan skala bisnis.

Menurut Setiawati, Guspul, and Meftahudin (2020), ada empat indikator lokasi yaitu sebagai berikut:

1. Ketersediaan lahan parkir
2. Lokasi luas
3. Alat transportasi
4. Lokasi yang strategis

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian:

TABEL 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Nur Dita Oktarina dan Very (2021) Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi, Vol.09, No.02 ISSN : 2339-2185 Sinta4 DOI: https://doi.org/10.31102/equilibrium.9.02.100-111 Sumenep	Pengaruh Self-Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Ramio Pada Generasi Milenial Kota Sumenep	Independen X ₁ =Self-Actualization X ₂ =Gaya Hidup Hangout Dependen Y=Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun silmutan self-actualization dan gaya hidup hangout berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
2	Sari and Hidayat (2020) Jounal of Trens Economics and Accounting Research Vol.1, No.2 ISSN: 2745-7710 Sinta5 DOI: https://journal.fkpt.org/index.php/jtear/article/view/75 Lubuk Pakam	Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Bang Faiz	Independen X ₁ =Lokasi X ₂ =Fasilitas Dependen Y=Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial dan silmutan lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
3	Astri Bella Lestari, Siti Lam'ah dan Junita Lubis (2022) JURNAL EKONOMIKA45 Vol.10, No.1 ISSN: 2798-575X Sinta5 DOI: https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i1.2252 Rantauprapat	Pengaruh Gaya Hidup , Service Quality, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Cafe Sebagai Tempat Hangout di CKC Corner Perisai Rantauprapat	Independen X ₁ =Gaya Hidup X ₂ =Service Quality X ₃ =Word Of Mouth Dependen Y=Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun silmutan gaya hidup, service quality dan word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

4	Tri Lestari, Eni Karsiningsih (2023) Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA) Vol.7, No.2 ISSN: 2598-8174 Sinta Index: Crossref DOI: https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.02.7	Pengaruh Cafe Atmosphere Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Kedai Kopi Di Kota Pangkalpinang	Independen X_1 =Cafe Atmosphere X_2 =Gaya Hidup Dependen Y =Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun silmutan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5	Pangkalpiang Bangun Rara', Isak Pasulu, and Dwibin Kannapadang (2023) Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi Vol.3, No.3 ISSN:2827-8372 Sinta Index: Crossref DOI: https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2854	Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sultan Coffe	Independen X_1 =Harga X_2 =Lokasi Dependen Y =Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun silmutan harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
6	Toraja Aulia and Zainarti (2023) Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, dan Agama Vol.8, No.2 ISSN: 2745-567X Indeks: Scopus DOI: https://doi.org/10.53565/pssa.v8i2.692	Pengaruh Aktualisasi Diri Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Kalamera Coffee Space Pada Generasi Milenial Kota Medan	Independen X_1 =Aktualisasi Diri X_2 =Gaya Hidup Hangout Dependen Y =Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun silmutan aktualisasi diri dan gaya hidup hangout berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

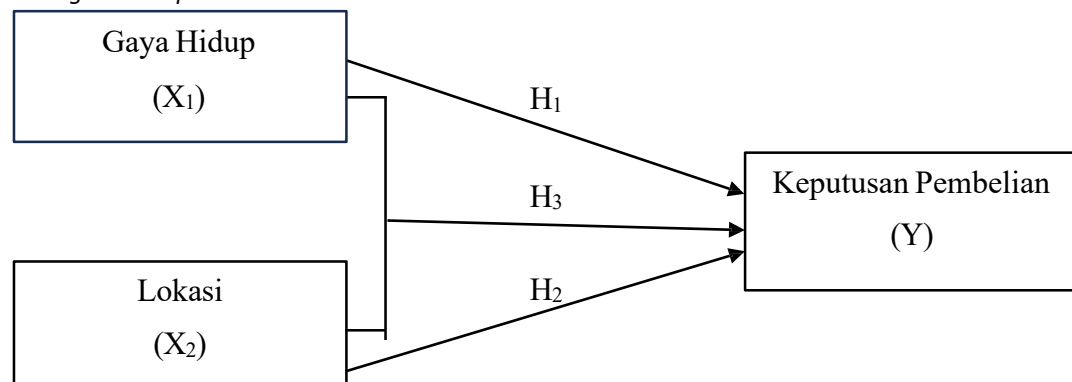
2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dari studi ini digambarkan melalui sebuah model yang menggambarkan hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Dalam kerangka ini, variabel dependen adalah keputusan pembelian, sementara variabel independen mencakup gaya hidup (X_1) dan lokasi (X_2). Kerangka ini dikembangkan berdasarkan latar belakang studi dan masalah

penelitian yang ditentukan. Di bawah ini adalah kerangka konseptual yang akan diterapkan dalam penelitian:

GAMBAR 2. 1

Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Cafe Pugu Kopi Marelan.

H₂: Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Cafe Pugu kopi Marelan.

H₃: Terdapat pengaruh gaya hidup dan lokasi terhadap keputusan pembelian Cafe Pugu Kopi Marelan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Cafe Pugu Kopi Marelan, Jalan Kapten Rahmad Buddin Jalan Jala X, Paya Pasir, Kecamatan Medan Marelan, Kota Medan, Sumatera Utara 20234.

3.1.2 Waktu Penelitian

Penelitian Ini dilaksanakan dari bulan Februari sampai dengan Mei 2025

3.2 Jenis Dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sinaga (H, D, 2023), penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika atau komputasi.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data adalah tempat atau itentitas dari mana informasi diperoleh dalam penelitian. Menurut Sujarweni, (2020:44), sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh. Apabila peneliti misalnya menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut

seorang responden adalah individu yang memberikan jawaban atas pertanyaan, baik dalam bentuk tulisan maupun lisan. Data dapat diperoleh dari dua sumber, yaitu:

1. **Data Primer**

Data primer adalah data yang bersumber dari penyebaran kuesioner terhadap konsumen untuk mengetahui penilaian variabel bebas yang dapat memengaruhi variabel terikat.

2. **Data Sekunder**

Data sekunder mengacu pada informasi yang diperoleh dari perusahaan, dokumen, dan artikel yang diproduksi oleh pihak ketiga yang relevan dengan penelitian.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan individu atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu wilayah dan waktu tertentu. Menurut Sinaga (H, D, 2023), populasi adalah subjek pada wilayah serta waktu tertentu yang akan diamati atau diteliti oleh peneliti. Populasi yang dilibatkan yaitu konsumen dengan rentang umur 18 hingga 45 tahun dan pernah membeli di Cafe Pugu Kopi Marelان.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan objek penelitian. Menurut Sinaga (H, D, 2023), sampel diperlukan dalam penelitian kuantitatif, mempelajari seluruh populasi bisa sangat memakan waktu, tenaga, dan biaya.

Karena ukuran populasi dalam studi ini tidak diketahui, metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah "metode rambut," yang melibatkan penggandaan jumlah indikator instrumen dengan 5 hingga 10. Dengan 13 indikator dalam studi ini, mengalikan dengan 10 menghasilkan 130, dan menambahkan margin kesalahan 5% membawa total menjadi 137 responden. Pendekatan pengambilan sampel yang digunakan adalah pengambilan sampel purposif. Menurut Fadhli and Pratiwi (2021) pengambilan sampel purposif adalah teknik pengambilan sampel yang ditentukan oleh pertimbangan tertentu atau pemilihan spesifik.

3.4 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Manfaat defenisi operasional variabel adalah memberikan arti yang jelas pada suatu variabel, termasuk metode pengukuran dan pengamatan yang diperlukan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian. Menurut Sinaga (H, D, 2023), defenisi operasional variabel penelitian adalah suatu defenisi yang berdasarkan karakteristik yang dapat diamati, memberikan panduan bagi peneliti dalam pengujian hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian. Variabel yang digunakan dalam studi ini meliputi:

1. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Menurut Sinaga (H, D, 2023), variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan pada variabel yang lainnya. Dengan kata lain, jika terjadi perubahan pada suatu variabel, perubahan tersebut disebabkan oleh variabel bebas ini.

2. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Menurut Sinaga (H, D, 2023), variabel terikat adalah variabel yang bisa dipengaruhi oleh variabel yang lainnya. Oleh karena itu, keberadaannya dianggap sebagai akibat dari kehadiran variabel bebas.

Komponen yang menjadi dasar penelitian ilmiah dijelaskan dalam operasionalisasi variabel penelitian, yang dapat ditemukan di tabel 3.1.

TABEL 3.1

Defenisi Variabel Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi operasional	Indikator	Pengukuran
Gaya Hidup (X ₁)	Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang tercermin dari aktivitas, minat dan pandangannya. Ini mencakup cara individu menjalani kehidupan sehari-hari dan dapat berubah sesuai dengan waktu dan keinginan.	1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini Sumber: Aulia and Zainarti (2023)	<i>Likert</i>
Lokasi (X ₂)	Lokasi mengacu pada penempatan toko atau pengecer di dalam area strategis yang dirancang untuk mengoptimalkan potensi keuntungan. Memilih lokasi bisnis yang tepat sangat penting untuk memastikan keberhasilan jangka panjang perusahaan.	1. Akses 2. Visibilitas 3. Tempat parkir yang luas 4. Ekspansi Sumber: Senggetang et al. (2019)	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian melibatkan pemilihan antara dua pilihan yang sebanding dan memilih satu produk atau barang, dengan setiap individu hanya membuat satu pilihan.	1. Pilihan produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan saluran distribusi 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 6. Metode pembayaran Sumber: Oktarina & Andrianingsih, (2021)	<i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sujarweni (2020:156), teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka, yaitu terdiri dari pertanyaan-pertanyaan untuk menjelaskan identitas responden, dan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan.

2. Wawancara

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara langsung dengan responden secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu juga dapat dilaksanakan dengan metode wawancara langsung kepada pihak yang berkepentingan di perusahaan.

3. Studi dokumen

Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari dan mengambil data dari literatur terkait dan sumber-sumber lain yang dianggap dapat memberikan informasi mengenai penelitian ini.

Pada skala likert, setiap jawaban dalam instrumen penelitian diberikan gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif (Fatoni & Subando, 2024).

Contohnya adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju / Selalu/ Sangat Positif-Setuju / Sering/ Positif-Ragu-ragu / Kadang-Kadang/ Netral

- b. Tidak Setuju / Hampir Tidak Pernah/ Negatif-Sangat Tidak Setuju / Tidak Pernah/ Sangat Negatif

Untuk analisis kuantitatif, setiap kategori diberi skor sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju/ Selalu/ Sangat Positifd iberi skor lima
- b. Setuju/ Sering/ Positifdiberi skor empat
- c. Ragu-Ragu/ Kadang-Kadang/ Netral diberi skor tiga
- d. Tidak Setuju/ Hampir Tidak Pernah/ Negatif diberi skor dua
- e. Sangat Tidak Setuju/ Tidak Pernah/ Sangat Negatif diberi skor satu

TABEL 3. 2
Skala Likert

No	Pilihan	Skala Nilai
1	Setuju Sekali	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Setuju	1

3.6 Teknik Analisa Data

Data yang diperoleh perlu diuji ketepatan dan kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan. Untuk menguji ketepatan dan kehandalan kuesioner, akan dilakukan pretest terhadap 30 responden diluar sampel penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataannya mampu mengungkapkan variabel yang ingin diukur. Menurut Lestari et al., (2022)

uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini adalah jumlah sampel dengan alpha sebesar 5% dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{valid}$
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{tidak valid}$

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan *valid*.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Menurut Sinaga (H, D, 2023) uji reliabilitas adalah untuk menunjukkan konsistensi skor-skor yang diberikan skor satu dengan lainnya. Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

1. *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's Alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's Alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian, mungkin akan muncul masalah dalam analisis regresi saat mencocokkan model prediksi dengan model yang telah diterapkan pada sekumpulan data. Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam model regresi

linear meliputi distribusi normal residual, tidak adanya multikolinearitas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Setiawati, Guspul, and Meftahudin (2020), uji normalitas pada model regresi bertujuan untuk menguji nilai residual distribusi secara normal atau tidak. Pendekatan yang digunakan menguji normalitas data yaitu mode grafik dan metode uji *One-Sample Kolmogrov-Smirnov*. Uji normalitas dengan *Kolmogrov-Smirnov* disebut data dalam variabel berdistribusi normal jika:

1. Nilai Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal
2. Nilai Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Bangun Rara' et al. (2023), uji multikolineritas adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel independen yang terdapat pada model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna. Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Meliani, Kosim, and Hakiem (2021), uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan variabel dari nilai residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi heteroskedastisitas. Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu

dengan pengujian Scatterplots dimana dilakukan dengan cara mengamati titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka disimpulkan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Lestari et al., (2022), analisis regresi linear berganda dilakukan bertujuan untuk menemukan hasil variabel independen atau variabel terikat yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau variabel bebas. Tujuan dari analisis regresi linear berganda adalah untuk mengetahui bagaimana perubahan pada variabel independen mempengaruhi variabel dependen yang dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan pembelian (dependent variabel)
- X₁ = Gaya hidup (independent variabel)
- X₂ = Lokasi (independent variabel)
- a = konstanta
- b₁ = koefisien variabel gaya hidup
- b₂ = koefisien variabel lokasi
- e = presentasi kesalahan

3.6.5 Pengujian Hipotesis

3.6.5.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut Lestari et al., (2022), uji t adalah uji signifikan individual dimana uji ini menunjukkan seberapa jauh variabel independen secara parsial terhadap

variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji sisi.

Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya gaya hidup dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Pugu Kopi Marelان.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya gaya hidup dan lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Pugu Kopi Marelان.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada nilai signifikan (α) = 5%

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.6.5.2 Uji F (Uji Secara Serempak)

Menurut Lestari et al., (2022), uji F digunakan untuk menguji apakah setiap variabel independen (x) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (y) secara serentak. Dalam hal ini, untuk mengetahui secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya gaya hidup dan lokasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Pugu Kopi Marelان.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya gaya hidup dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Pugu Kopi Marelان.

Dalam Penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5\%$.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Lestari et al., (2022), uji koefisien determinasi digunakan untuk dapat mengukur seberapa besar presentase sumbangan dari variabel bebas. Semakin besar nilai R^2 maka semakin baik pula kemampuan variabel x menerangkan variabel y dimana $0 < R^2 < 1$. Kemudian jika nilai R^2 semakin kecil maka pengaruh variabel x terhadap variabel y relatif kecil.

3.8 Kontribusi Variabel

Kontribusi variabel merujuk pada peran setiap variabel dalam analisis atau model, terutama dalam statistik, ekonomi, atau penelitian. Dalam analisis regresi, ini menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, membantu memahami hubungan antar variabel dan mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap hasil.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Cafe Pugu Kopi

Cafe Pugu Kopi adalah sebuah cafe yang beralamat di Jalan Kapten Rahmad Buddin Jalan Jala X, Paya Pasir, Kecamatan Medan Marelan. Cafe ini didirikan karena warga lokal yang. Cafe Pugu Kopi berdiri pada tahun 2019. Menu minuman dan makanan di Cafe Pugu Kopi terus mengalami inovasi dan perbaikan terhadap minuman dan makanan yang tidak memuaskan konsumen. Hal tersebut tidak lain untuk mendapatkan kepercayaan atas produk dan pelayanan yang akan diberikan di Cafe Pugu Kopi. Dengan demikian Cafe pugu Kopi menjadi tempat yang akan dikunjungi saat pelanggan mencari referensi cafe yang berada di Marelan. Awalnya Cafe Pugu Kopi sepi pengunjung karena keberadaannya yang tidak terlihat dari tepi jalan raya dan konsumen yang belum mencoba akan merasa ragu untuk mengunjungi dan mencoba minuman dan makanan. Tapi seiring berjalannya waktu cafe ini mulai terkenal tidak hanya di kalangan masyarakat saja akan tetapi konsumen dari berbagai tempat.

4.1.2 Visi dan Misi Cafe Pugu Kopi

Visi merupakan gambaran atau cita-cita jangka panjang yang ingin diraih oleh individu maupun organisasi di masa depan. Visi berfungsi sebagai pedoman arah dan sumber motivasi dalam mencapai tujuan besar serta menentukan langkah

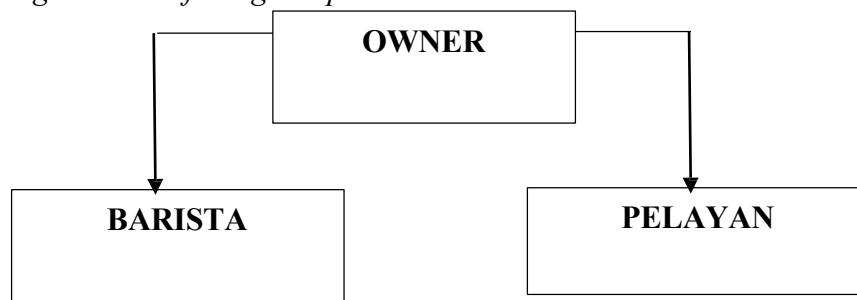
strategis. Visi Cafe Pugu Kopi adalah menjadikan Cafe Pugu Kopi Hidden Gem dengan mendapatkan kepuasan konsumen dan dapat menjadi tempat berkumpul kala konsumen mencari rekomendasi cafe

Misi adalah pernyataan yang menjelaskan tugas utama serta cara suatu individu atau organisasi bertindak dalam upayanya mencapai tujuan jangka panjang. Misi berisi langkah-langkah nyata yang mencerminkan peran, sasaran, dan metode kerja yang dijalankan secara konsisten untuk mewujudkan visi. Misi Cafe Pugu Kopi adalah:

1. Menciptakan kopi dengan kualitas terbaik
2. Memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh pengunjung yang datang
3. Menyediakan berbagai minuman noncoffe bagi yang tidak terlalu menyukai kopi
4. Memberikan rasa aman dan nyaman terhadap karyawan yang bekerja

4.1.3 Struktur Organisasi Cafe Pugu Kopi

Struktur organisasi adalah pengaturan sistematis dari posisi, tanggung jawab, dan hubungan kerja dalam sebuah organisasi, yang bertujuan untuk menciptakan koordinasi dan pelaksanaan tugas secara efisien guna mencapai tujuan organisasi. Didalam suatu organisasi, struktur organisasi sangat penting untuk mengetahui posisi masing-masing dan setiap jabatan yang ada pada perusahaan tersebut. Sesuai dengan tugas dan tanggung jawab Cafe Pugu Kopi mempunyai struktur organisasi sebagai berikut:

Gambar 4.1*Struktur Organisasi Cafe Pugu Kopi*

1. **Pemilik**

Menentukan dan merancang strategi pemamsaran dalam memajukan bisnisnya serta mengawasi dan mengndalikan seluruhnya kegiatan operasional yang sedang berlangsung

2. **Barista**

Menyiapkan dan menyajikan berbagai jenis minuman kopi serta minuman lain dan juga makanan sesuai dengan pesanan pelanggan.

3. **Pelayan**

Bertugas melayani semua pelanggan dengan menyambut dan mencatat pesanan yang dipesan oleh pelanggan. Pelayan juga harus mengetahui menu yang tersedia termasuk dengan bahan agar dapat memberikan rekomendasi yang tepat kepada pelanggan. Lalu mengantarkan minuman atau makanan yang dipesan ke meja pelanggan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan sekumpulan kriteria atau deskripsi yang diterapkan pada peserta penelitian agar informasi yang dikumpulkan akurat dan relevan dengan tujuan penelitian. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 137 dari konsumen Cafe Pugu Kopi yang dijadikan sebagai responden berdasarkan jenis kelamin, umur.

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin seperti pada tabel:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	Laki- Laki	79	67,64 %
2.	Perempuan	58	32,36 %
	Jumlah	137	100 %

Sumber: Hasil penelitian, 2025 (Data Diolah)

Dari tabel 4.1 terlihat responden pada Cafe Pugu Kopi yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 89 orang (67,64%) dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 48 orang (32,36%).

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Frekuensi	Presentase (%)
1.	< 18	0	0%
2.	18-30	116	84,67%
3.	31-45	21	15,33%
	Jumlah	137	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Dari tabel 4.2 terlihat responden pada Cafe Pugu Kopi yang berumur diantara 18-30 tahun paling banyak yaitu sebanyak 116 orang (84,67% dan paling sedikit berumur 31-45 tahun yaitu hanya 21 orang (15,33%).

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Menurut Lestari et al., (2022) uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini adalah jumlah sampel dengan alpha sebesar 5% dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel} = valid$
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel} = tidak\ valid$

Untuk nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r dengan $df = n-2$ pada tingkat signifikansi 5% dimana nilai n adalah jumlah sampel sebanyak 30 maka akan didapatkan nilai batas minimal korelasi adalah sebesar 0,361. Berikut ini adalah hasil uji validitas untuk variabel penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X_1)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1.	Lokasi Cafe Pugu Kopi Marelان dapat dilihat dari tepi jalan raya Marelان	0,682	0,361	Valid
2.	Cafe Pugu Kopi menjadi tempat tujuan saya selepas	0,632	0,361	Valid

	melakukan aktivitas perbelanjaan			
3.	Lokasi Cafe Pugu Kopi Marelan dapat dilihat dari tepi jalan raya Marelan	0,670	0,361	Valid
4.	Saya ke Cafe Pugu Kopi karena menyukai makanannya	0,808	0,361	Valid
5.	Mengunjungi Cafe Pugu Kopi menjadi salah satu hobi saya karena suasananya tenang	0,702	0,361	Valid
6.	Saya merasa bahwa harga yang saya bayar sebanding dengan kualitas produk dan layanan	0,711	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Dari tabel 4.3 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel gaya hidup menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner gaya hidup dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel lokasi (X_2) dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X_2)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1.	Lokasi menuju Cafe Pugu Kopi Marelan sangat mudah dijangkau	0,568	0,361	Valid
2.	Tersedianya angkutan umum ke Cafe Pugu Kopi Marelan	0,769	0,361	Valid
3.	Lokasi Cafe Pugu Kopi Marelan dapat dilihat dari tepi jalan raya Marelan	0,679	0,361	Valid
4.	Akses Cafe Pugu Kopi tidak terlalu jauh masuk kedalam gang	0,676	0,361	Valid
5.	Cafe Pugu Kopi menyediakan lahan parkir yang luas	0,637	0,361	Valid
6.	Tempat parkir pada Cafe Pugu Kopi sangat aman	0,779	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Dari tabel 4.4 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel lokasi menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner lokasi dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel lokasi (Y) dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1.	Pilihan produk yang menarik mulai dari minuman kopi hingga non kopi tersedia di Cafe Pugu Kopi	0,788	0,361	Valid
2.	Terdapat juga makanan di Cafe Pugu Kopi	0,671	0,361	Valid
3.	Sanger kopi di Cafe Pugu Kopi telah lama menjadi minuman favorit saya karena rasanya yang pas	0,623	0,361	Valid
4.	Casgara salah satu menu favorit yang baru launching	0,720	0,361	Valid
5.	Saya merasa waktu terbaik saya untuk membeli produk ini saat ada penawaran khusus	0,744	0,361	Valid
6.	Saya lebih cenderung ke Cafe Pugu Kopi saat malam hari dikarenakan lebih sejuk dan tenang untuk bersantai menikmati kopi	0,565	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Berdasarkan pada tabel-tabel hasil uji validitas diatas menunjukkan hasil untuk uji validitas gaya hidup (X_1), lokasi (X_2) dan keputusan pembelian (Y) menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua pernyataan kuesioner adalah valid.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Menurut Sinaga (H, D, 2023) uji reliabilitas adalah untuk menunjukkan konsistensi skor-skor yang diberikan skorer satu dengan lainnya. Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

1. *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's Alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's Alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

Dari lampiran10, lampiran 12, dan lampiran diperoleh nilai koefisien *Cronbach's Alpha* yang disajikan pada tabel 4.6.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Itemss
Gaya Hidup	780	6
Lokasi	751	6
Keputusan Pembelian	741	6

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa pada variabel gaya hidup (X_1) didapat keenam butir item untuk variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu $780 > 0,60$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X_1) dapat dinyatakan reliabel.

Pada variabel lokasi (X_2) didapat keenam butir item untuk variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu $751 > 0,60$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel lokasi (X_2) dapat dinyatakan reliabel.

Pada variabel keputusan pembelian (Y) didapat keenam butir item untuk variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu 741 > 0,60. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) dapat dinyatakan reliabel.

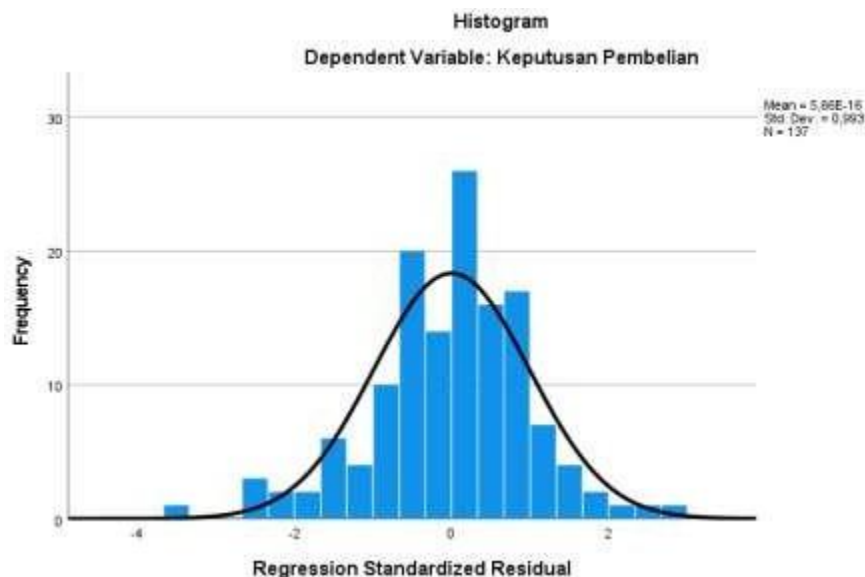
4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

Menurut Setiawati, Guspul, and Meftahudin (2020), uji normalitas pada model regresi bertujuan untuk menguji nilai residual distribusi secara normal atau tidak. Pendekatan yang digunakan menguji normalitas data yaitu mode grafik dan metode uji *One-Sample Kolmogrov-Smirnov*. Berikut ini adalah hasil uji normalitas dengan analisis grafik histogram dan normal P Plot.

Gambar 4.2

Grafik Histogram

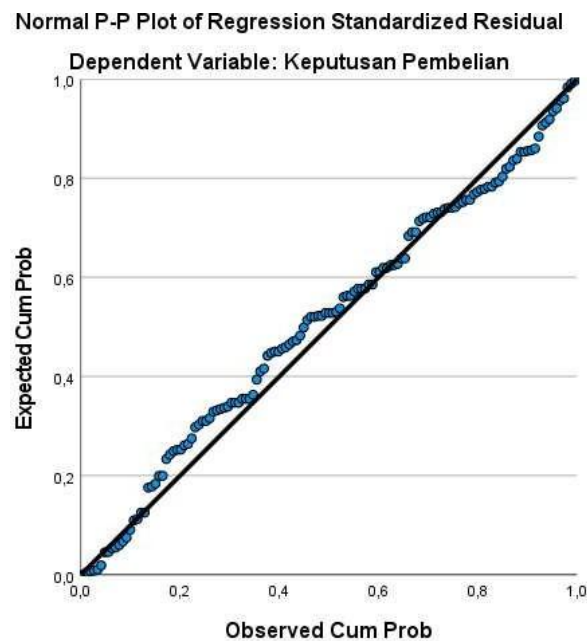


Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Pada gambar 4.2 menunjukkan bahwa grafik histogram mempunyai data riil membentuk kurva normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.3

Grafik Normal Probability Plot



Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Gambar 4.3 Grafik Normal Probability P-P Plot, terlihat data menyebar disekitar titik-titik mendekati garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas. Hasil uji One KolmogorovSmirnov dapat dilihat pada tabel 4. yaitu:

Gambar 4.4*Hasil Uji Normalitas*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		137
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,31888764
Most Extreme Differences	Absolute	,070
	Positive	,058
	Negative	-,070
Test Statistic		,070
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,098

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Pada tabel 4.7 menunjukkan hasil Uji Kolmogrov-Smirnov, dengan nilai signifikansi 0,098 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\text{Sig } F > 5\%$) yang berarti tidak ada bukti untuk menolak asumsi normalitas. Secara keseluruhan, hasil uji ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas residual, yang menguatkan validitas model yang digunakan dalam penelitian ini.

4.2.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Bangun Rara' et al. (2023), uji multikolineritas adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel independen yang terdapat pada model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna. Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation*

Factor (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1.

Berdasarkan hasil lampiran 16 nilai tolerance yang diperoleh untuk variabel gaya hidup adalah sebesar 0,602 yang lebih besar dari 0,10, dan nilai VIF untuk variabel tersebut adalah 1.660. Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup tidak memiliki masalah multikolinearitas. Begitu pula dengan variabel lokasi, yang memiliki nilai Tolerance 0,602 dan nilai VIF sebesar 1.660 yang menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat permasalahan multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi yang digunakan pada penelitian ini.

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Meliani, Kosim, and Hakiem (2021), uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan variabel dari nilai residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi heteroskedastisitas. Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian Scatterplots dimana dilakukan dengan cara mengamati titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka disimpulkan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil scatterplot yang ditampilkan pada lampiran 17 terlihat bahwa titik-titik residual tidak menunjukkan pola tertentu yang sistematis, baik berupa pola menyebar atau mengelompok. Titik-titik residual tersebar secara acak disekitar garis horizontal nol tanpa kecenderungan yang jelas untuk meningkat atau

menurun seiring dengan perubahan nilai prediksi. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi, yang berarti varians residual bersifat konstan (homoskedastis). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa regresi yang digunakan tidak mengandung masalah heteroskedastisitas, yang merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi. Hal ini mengandung validitas model dan dapat diandalkan untuk melakukan inferensi lebih lanjut.

4.2.4 Teknik Analisa Data

4.2.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Lestari et al., (2022), analisis regresi linear berganda dilakukan bertujuan untuk menemukan hasil variabel independen atau variabel terikat yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau variabel bebas. Tujuan dari analisis regresi linear berganda adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gaya hidup dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi yang dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan pembelian (dependent variabel)
- X₁ = Gaya hidup (independent variabel)
- X₂ = Lokasi (independent variabel)
- a = konstanta
- b₁ = koefisien variabel gaya hidup
- b₂ = koefisien variabel lokasi
- e = presentasi kesalahan 5 %

Berdasarkan lampiran 18 dari uji regresi linear berganda diperoleh persamaan regresinya adalah:

$$\text{Keputusan Pembelian} = 7,857 + 0,050 \text{ Gaya Hidup} \\ + 0,661 \text{ Lokasi} + e$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta (a) = 7,857 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X_1) yaitu gaya hidup dan variabel (X_2) yaitu lokasi bernilai 0 maka keputusan pembelian tetap sebesar 7,857.
2. Koefisien X_1 (b_1) = 0,050 menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 0,050. Artinya setiap peningkatan aspek gaya hidup (X_1) sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,050.
3. Koefisien X_2 (b_2) = 0,661 menunjukkan bahwa variabel lokasi (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 0,661. Artinya setiap peningkatan aspek lokasi (X_2) sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,661.
4. e adalah error atau kesalahan dalam prediksi, yang mencakup faktor-faktor yang tidak tercakup oleh model.

4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Lestari et al., (2022), uji t adalah uji signifikan individual dimana uji ini menunjukkan seberapa jauh variabel independen secara parsial terhadap

variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji sisi.

Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya gaya hidup dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Pugu Kopi Marelان.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya gaya hidup dan lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Pugu Kopi Marelان.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada nilai signifikan (α) = 5%

H_0 diterima apabila : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_1 diterima apabila : $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

Berdasarkan lampiran 19, hasil pengujian parsial di atas, maka dapat dilihat beberapa hal di bawah ini diantaranya adalah:

H_1 : Terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان

Berdasarkan hasil pengujian pada lampiran 19, dapat diketahui bahwa variabel gaya hidup memiliki koefisien regresi sebesar 0.050 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti bahwa gaya hidup memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi. Nilai t_{hitung} (0.616) > t_{tabel} (1.977). Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga gaya hidup secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi. Nilai signifikansi variabel gaya hidup sebesar 0.539 lebih besar dari 0.05, yang berarti gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi.

H₂: Terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان.

Berdasarkan hasil pengujian pada lampiran 19, dapat diketahui bahwa variabel lokasi memiliki koefisien regresi sebesar 0.661, yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti bahwa lokasi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi. Nilai $t_{hitung} (8.279) > t_{tabel} (1.977)$. Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi. Nilai signifikansi variabel lokasi sebesar 0.001 kurang dari 0.05, yang berarti lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi.

4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Lestari et al., (2022), uji F digunakan untuk menguji apakah setiap variabel independen (x) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (y) secara serentak. Dalam hal ini, untuk mengetahui secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya gaya hidup dan lokasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Pugu Kopi Marelان.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya gaya hidup dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Pugu Kopi Marelان.

Dalam Penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5\%$.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Berdasarkan lampiran 20, hasil pengujian parsial di atas, maka dapat dilihat beberapa hal di bawah ini diantaranya adalah bahwa :

H₃: Terdapat pengaruh Gaya Hidup dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان

Berdasarkan hasil pengujian simultan yang ditampilkan pada lampiran 20, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 62.549 dengan tingkat signifikansi < 0.001 . Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 2$ dan $df_2 = 134$, sehingga nilai F_{tabel} adalah 3.06. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga gaya hidup dan lokasi secara serempak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi.

4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Lestari et al., (2022), uji koefisien determinasi digunakan untuk dapat mengukur seberapa besar presentase sumbangan dari variabel bebas. Semakin besar nilai R^2 maka semakin baik pula kemampuan variabel x menerangkan variabel y dimana $0 < R^2 < 1$. Kemudian jika nilai R^2 semakin kecil maka pengaruh variabel x terhadap variabel y relatif kecil. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Berdasarkan lampiran, dapat dilihat bahwa besarnya koefisien determinasi yang diperoleh dapat dilihat dari nilai R Square sebesar 0,483. Hal ini menunjukkan

bahwa sebesar 40,83% keputusan pembelian yang dijelaskan oleh variasi dua variabel independen yang digunakan yaitu gaya hidup dan lokasi. Sedangkan sisanya sebesar 50,17 % dipengaruhi oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian. Contohnya promosi, pelayanan, kepuasan konsumen dan lainnya.

4.4 Kontribusi Variabel

Kontribusi variabel merujuk pada peran setiap variabel dalam analisis atau model, terutama dalam statistik, ekonomi, atau penelitian. Dalam analisis regresi, ini menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, membantu memahami hubungan antar variabel dan mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap hasil.

Dari hasil pengujian pada lampiran 22, terlihat bahwa variabel lokasi adalah satu-satunya variabel yang dimasukkan dalam model. Hal ini disebabkan karena Lokasi memenuhi kriteria $F\text{-to-enter} \leq 0.050$, yang menunjukkan bahwa variabel ini memberikan pengaruh yang cukup kuat dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان. Sedangkan variabel Gaya Hidup tidak masuk kedalam model karena nilai $F\text{-to-remove}$ lebih besar dari 0.100, yang menunjukkan bahwa pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان tidak cukup signifikan. Selanjutnya perlu untuk mengetahui seberapa besar kekuatan kontribusi masing-masing variabel bebas dalam menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel bebas, maka harus mengetahui terlebih dahulu nilai koefisien korelasinya.

Berdasarkan hasil pada lampiran 23, maka selanjutnya mencari seberapa besar kontribusi gaya hidup dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Rumus untuk mencari kontribusi variabel X terhadap Y adalah sebagai berikut:

Kontribusi Variabel X = Koefisien Standardized x Koefisien Korelasi

Berdasarkan rumus tersebut, maka berikut adalah perhitungan untuk mengetahui kontribusi secara parsial dari gaya hidup dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi:

1. Kontribusi Gaya Hidup $= 0,467 \times 0,049 = 0,0228$
2. Kontribusi Lokasi $= 0,694 \times 0,663 = 0,4601$
3. Kontribusi secara simultan $= 0,0228 + 0,4601 = 0,4830$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dijelaskan beberapa hal dalam uraian berikut ini:

1. Besarnya kontribusi gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi adalah sebesar 0,0228, ini artinya gaya hidup mampu menjelaskan 2.28% pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
2. Besarnya kontribusi lokasi terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi adalah sebesar 0,4601, ini artinya lokasi mampu menjelaskan 46,01% pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
3. Besarnya kontribusi secara simultan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,4830, ini artinya gaya hidup dan lokasi secara bersamaan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi sebesar 48.30%. Hasil ini selaras dengan nilai *R Square* pada hasil pengujian koefisien determinasi.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dalam pembahasan ini peneliti ini akan membahas mengenai gaya hidup dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan nilai t_{hitung} untuk variable Gaya Hidup adalah 0,616 dengan tingkat signifikan 0,539. Dengan derajat bebas (df) sebesar 134 ($n-2-1 = 137$ orang responden $- 2-1$) dan taraf sig (α) = 5% : 2 = 0.025 maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1.977. Oleh karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 ditolak sehingga gaya hidup berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان.

Gaya hidup yang tidak berpengaruh terjadi karena faktor dominan memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. Jika konsep cafe tidak sepenuhnya sesuai dengan gaya hidup target konsumen, maka pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian menjadi kurang signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nyoko, Fanggidae, & Haumetan (2024) yang mengatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan nilai t_{hitung} untuk variable lokasi adalah 8,279 dengan tingkat signifikan 0.001. Dengan derajat bebas (df) sebesar 134 ($n-2-1 = 137$ orang responden $- 2-1$) dan taraf sig (α) = 5% : 2 = 0.025 maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1.977. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_2 diterima sehingga

lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان.

Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Bangun Rara' et al., (2023) yang mengatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Gaya Hidup dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan nilai F_{hitung} sebesar 62,549 dengan tingkat signifikan 0,001. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 2$, dan $df_2 = 134$ maka nilai F_{tabel} adalah 3.06. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_3 diterima sehingga dapat dinyatakan bahwa gaya hidup dan lokasi secara serempak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان.

Nilai R Square atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,4830 artinya variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel gaya hidup dan lokasi sebesar 48,30% sedangkan sisanya 42,70% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kualitas produk, kualitas layanan dan variabel lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Putri & Fadli, (2025) menyatakan bahwa gaya hidup dan lokasi secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARA AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linear berganda yaitu jika nilai gaya hidup (X_1) dan lokasi (X_2) tidak bernilai, maka keputusan pembelian adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan gaya hidup (X_1) sebesar satuan, keputusan pembelian akan sebesar b_1 . Setiap peningkatan lokasi (X_2) sebesar satuan, keputusan pembelian akan meningkat sebesar b_2 .
2. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa gaya hidup secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان.
3. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa lokasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان.
4. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa gaya hidup dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان.

5. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa gaya hidup dan lokasi dapat menjelaskan keterkaitannya dengan keputusan pembelian di Cafe Pugu Kopi Marelان.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada Cafe Pugu Kopi sebagai berikut:

1. Gaya hidup pada Cafe Pugu Kopi perlu diperhatikan, sehingga Cafe Pugu Kopi harus memperhatikan:
 - a. Cafe Pugu Kopi disarankan agar dapat lebih memahami tren gaya hidup yang berkembang dikalangan konsumen rutin mengunjungi Cafe Pugu Kopi dimana sebagai tempat menghabiskan waktu, khususnya konsumen yang cenderung mengutamakan produk yang dapat mendukung gaya hidup modern dan dinamis. Dengan mengetahui preferensi konsumen yang menyukai gaya hidup yang lebih nyaman dan santai, Cafe Pugu Kopi dapat menyesuaikan penawaran produk dengan menciptakan suasana belanja yang lebih sesuai dengan harapan konsumen, misalnya dengan memperkenalkan berbagai varian minuman jenis kopi yang mencerminkan tren terkini.
 - b. Cafe Pugu Kopi disarankan agar dapat menyesuaikan desain cafe dan atmosfernya dengan preferensi gaya hidup konsumen yang mencari pengalaman yang lebih personal dan nyaman. Cafe Pugu Kopi perlu menciptakan fasilitas yang nyaman

2. Lokasi pada cafe pugu kopi perlu diperhatikan, sehingga cafe pugu kopi harus memperhatikan:
 - a. Cafe pugu kopi disarankan untuk lebih meningkatkan keberadaan lokasi dalam memasarkan Cafe Pugu Kopi. lokasi terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, Cafe Pugu Kopi perlu meningkatkan visibilitas produk melalui review, testimoni pelanggan, atau kerja sama dengan influencer di media sosial yang dapat memengaruhi audiens target
 - b. Cafe Pugu Kopi disarankan agar dapat memperhatikan promosi dengan konsumen melalui platform digital. Hal ini penting karena lokasi yang Hidden dan tidak strategis dengan promosi maka cafe pugu kopi kemungkinan bisa menarik perhatian konsumen untuk melakukan kunjungan.

5.3 Saran Akademis

Saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah:

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan agar dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Cafe Pugu Kopi selain variabel gaya hidup dan lokasi.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena angket hanya diambil dari beberapa konsumen saja.

Selanjutnya diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan di berbagai lokasi atau pasar yang lebih besar untuk melihat apakah temuan ini dapat digeneralisasi diluar Cafe Pugu Kopi Marelan, mengingat perilaku konsumen bisa berbeda berdasarkan lokasi geografis atau demografis yang berbeda.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 137 responden sebagai sampel. Dengan demikian untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga dapat untuk mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR ISI

- Afrida, F. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Healthcare Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Media Mahardhika*, 22(2), 271-27.
- Afrida, F., & Setyorini, D. (2024). Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Green Innovation Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Sustainable Accounting Sebagai Variabel Moderating. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 10(2), 221-233.
- Afrida, F., Nasution, L. E., Setyorini, D., Harahap, D. S., Sihombing, I. R., & Simbolon, D. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Quizizz sebagai Media Pembantu Guru dalam Pembuatan Soal Pilihan Berganda pada Guru-guru di SMKS Budi Agung Medan. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(08), 698-704.
- Afrida, F., Siregar, F. A., Simbolon, D., & Setyorini, D. (2025). Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Green Economy: Memperdayakan Masyarakat Melalui Kewirausahaan pada Dinas Lingkungan Hidup Kota Langsa. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 22-26.
- Afrizal, A., Marliyah, M., & Fuadi, F. (2021). Analisis Terhadap Cryptocurrency (Perspektif Mata Uang, Hukum, Ekonomi Dan Syariah). *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 13-41.
- Afrizal, S. S., & Sugianto.(2022). Studi Literatur Kritis Risiko Reputasi pada Manajemen Risiko Perbankan Syariah. *Jurnal EMT Kita*, 6(1), 147-157.
- Alfiana, A., Loo, P., Judijanto, L., Rakinaung, J. C., & Durya, N. P. M. A. (2024). Analysis Of The Effect Of Macroeconomic Variables On Returns Of Mutual Fund Shares Traded At State Owned Bank. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 223-228.
- Bukit, N., Siagian, S. H., & Nainggolan, S. G. V. (2023). Effect of Current Ratio and Activity Ratio on Profitability in Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (2018-2021). *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 603-608.
- Chusumastuti, D., Elisabeth, C. R., Nurali, N., Suryadharma, M., & Sinaga, H. D. E. (2023). Gangguan digital dan transformasi ekonomi: menganalisis dampak e-commerce terhadap industri tradisional. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 173-185.
- Darmawati, D., Hidayah, Y., Tarigan, E., Amril, A., & Loo, P. (2023). Pengaruh Prestasi Kerja, Jabatan Kerja, Kepemimpinan Transformal, Kepedulian Lingkungan dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Guru SMA di Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 11(3), 745-771.
- Gultom, P., Januarty, W., & Tiofanny, C. (2025). Studi Literatur: Pengembangan Talenta Digital untuk Transformasi Digital di Sektor Jasa Keuangan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 11(1), 1-13.
- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- Hek, T. K., & Angeline, V. (2020). Analisis Pengaruh Return On Asset, Current Ratio, Debt To Equity, dan Total Asses Turnover Terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di BEI pada Periode 2015-2017. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 8(6).

- Hek, T. K., & Gani, P. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Pajak PBB di Kecamatan Patumbak. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 1001-1006.
- Hek, T. K., Pardede, S. L. A., & Pangestu, Y. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 9(3).
- Hutabarat, M. I., Firmansyah, E., Sitompul, S., Loo, P., Harahap, N. D., & Zai, F. Y. (2022). Meningkatkan Kesadaran Kaum Muda dengan Memahami Penghasilan Tidak Kena Pajak bagi Siswa SMA Swasta Indonesia Membangun Medan. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 40-48.
- Irawati, N., Sinaga, H. D., & Siddik, M. (2018). PEMBELAJARAN TEKNOLOGI KOMPUTER BIDANG PERKANTORAN BAGI PERANGKAT DESA DI KECAMATAN BUNTU PANE. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 1(2), 19-22.
- Kaseng, A., Tamba, I. F. U., Hou, A., Nainggolan, S. G., & Tambunan, D. (2024). Dampak Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan UKM. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 8464-8475.
- Loo, P. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas kesehatan terhadap kepuasan pasien BPJS pada RS. Insani Stabat. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(1), 1.
- Loo, P. (2021). Pengaruh Pengawasan, Kepuasan Kerja Dan Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja Pada Hotel Grand Aston Medan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 2(1).
- Loo, P., & Kristina, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 6(1), 68-78.
- Loo, P., & Marpaung, L. W. (2024). Workshop Suply Chain Manajemen Untuk Meningkatkan Efisiensi Bisnis Dengan Menggunakan Aplikasi Moonsonsim Di SMA Wiyata Dharma. *Jurnal TUNAS*, 5(2), 93-97.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Loo, P., Novilia, F., Raharjo, T. B., Semmawi, R., & Abas, A. J. (2024). The Influence Of Shopping Lifestyle On Impulse Buying Behavior With Positive Emotion As A Moderating Variable. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 1526-1534.
- Loo, P., Situmorang, I. R., Simarmata, A., & Nainggolan, S. G. (2023). Sosialisasi Cara Sehat Mengelola Keuangan Keluarga Kepada Para Ibu di GKPI Jemaat Khusus Teladan. *Jurnal Masyarakat Indonesia (Jumas)*, 2(02), 66-72.
- Majid, M. S. A., Marliyah, M., Handayani, R., Fuadi, F., & Afrizal, A. (2022). A study of literature: Cryptocurrency of Syariah perspective. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEAS)*, 2(1), 93-102.
- Muhajir, A., Sinaga, H. D. E., Utami, E. Y., Karo-karo, A. P., & Triadi, D. (2024). Pengaruh Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Penerimaan Pasar pada Industri Makanan dan

Minuman di Indonesia. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 103–114.
<https://doi.org/10.58812/smb.v2i02.368>

- Nadia, C., Hambali, H., & Sinaga, H. D. E. (2022). IMPLEMENTATION GEOGRAPHIC INFORMATION SYSTEMS IN UMKM MAPPING IN THE BATU BATU REGENCY. *Jurnal Teknik Informatika (Jutif)*, 3(4), 969-974.
- Nainggolan, S. G. (2019). Sistem Informasi Akuntansi Kredit Konsumtif CV. Multi Global Perkasa. *Jatilima*, 1(2), 22-32.
- Nainggolan, S. G. V., & Simarmata, A. M. (2023). PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA UNTUK UMKM. *Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 20-25.
- Nainggolan, S. G., & Bukit, N. (2023). Pengaruh Kinerja Manajemen Terhadap Kinerja Keuangan PT. Industri Karet Deli Periode 2009-2021. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 3(02), 71-77.
- Nicholas, N., Sinaga, H. D. E., & Rezeki, S. (2023). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGETAHUAN TEKNOLOGI, KEPERCAYAAN TERHADAP PERILAKU PENGGUNA MOBILE BANKING DENGAN MEDIASI ANIMO TRANSAKSI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8(3), 724-740.
- Nurdiani, T. W., Anas, M., Afrizal, A., & Sulistiana, I. (2023). The impact of data volume and analytical complexity in Big Data technology on financial performance prediction in financial companies in Indonesia. *The ES Accounting And Finance*, 2(01), 64-76.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Putri, C. S., Sembiring, M. A., & Sinaga, H. D. E. (2022). Skin Disease Detection Expert System Using Naive Bayes Classifier Method. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, 9(1), 91-96.
- Sari, N. L., Saputra, H., & Sinaga, H. D. E. (2021). Implementasi Supply Chain Management Berbasis Web Untuk Pengelolaan Stok Dan Distribusi Spare Part Handphone Pada Erwin Ponsel. *J-Com (Journal of Computer)*, 1(2), 103-108.
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. (2020). Pengembangan Kemampuan Guru dalam Menjalankan PJJ Menggunakan Teknologi Dan Media Pembelajaran Daring. *Jurnal Anadara Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *Journal of Science and Social Research*, 6(2), 381-387.
- Sibuea, D. N., Simorangkir, E. N., & Wahyuni, P. (2023). Pengaruh struktur aktiva, ukuran perusahaan, ROA, current ratio dan total asset turnover terhadap struktur modal pada perusahaan property & real estate di BEI tahun 2019-2021. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 5292-5306.

- Sibuea, M. F. L., & Sinaga, H. D. E. (2018). Pengembangan media pembelajaran ular tangga aljabar siswa sekolah dasar. *Jurnal Education and Development*, 6(2), 9-9.
- Sibuea, M. F. L., & Sinaga, H. D. E. (2018). Peningkatan Kemampuan Matematika Siswa Sekolah Dasar Melalui Media Pembelajaran Ular Tangga Aljabar. *Jurnal Mathematics Paedagogic*, 3(1), 25-30.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). Analisis perilaku minat wisatawan berkunjung kembali ke pulau samosir. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *Journal of Science and Social Research*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2018). Melirik Hidroponik Sayuran Segar Skala Rumah Tangga Sebagai Peluang Usaha. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 1(1), 29-33.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2018). Perbandingan double moving average dengan double exponential smoothing pada peramalan bahan medis habis pakai. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, 4(2), 197-204.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2022). Penerapan Trend Moment Untuk Meramalkan Penjualan Produksi Kelapa Sawit Di Kebun Buntu Pane, Kabupaten Asahan. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 6(2), 601-614.
- Sinaga, H. D. E., & Latiffani, C. (2019). Motivasi Dan Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Perekonomian Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Sendang Sari Kec. Kisaran Barat. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 2(1), 43-48.
- Sinaga, H. D. E., Gultom, P., & Suhpina, S. (2024). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Indah Sakti Motorindo. *Journal of Science and Social Research*, 7(1), 38-43.
- Sinaga, H. D. E., Hutahaean, J., & Siagian, Y. (2020). Kreatif, indah dan berpeluang bisnis lewat Kokedama. *Aptekmas Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 3(3).
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Sinaga, H. D. E., Lazuardi, D., & Wangsa, F. (2024). Pengaruh Keragaman, Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Science and Social Research*, 7(4), 1656-1663.
- Sinaga, H. D. E., Piliang, R., & Anggraeni, D. (2022). Belajar Membuat Grafik Linier Sederhana Bagi Siswa SMA Panti Budaya Kisaran. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 1(3), 139-144.
- Sinaga, H. D. E., Siagian, Y., & Manik, D. (2022). Pemanfaatan Tumbuhan Melalui Edukasi Ecoprint Yang Ramah Lingkungan Di Kecamatan Air Joman. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 6(3), 43-48.
- Sinaga, H. D. E., Siagian, Y., & Syah, A. Z. (2021). Mengembangkan Kreativitas Ibu-ibu Dharma Wanita Persatuan Melalui Ecoprint di RSUD HAMS. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 1(2), 74-80.

- Sinaga, H. D. E., Syafnur, A., & Irawati, N. (2021). Pelatihan Pemantapan Pengolah Kata dan Angka Untuk Pembuatan Laporan Kepada Pegawai Pemerintahan. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 4(2), 181-188.
- Sinaga, H. D. E., Syamsulbahri, S., Muhajir, A., & Darmayanti, N. (2024). Analysis of the Effect of Social Media Usage, Search Engine Optimization, and Content Strategy on Business Growth in the E-Commerce Industry in Indonesia. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 2(01), 11-18.
- Sinaga, H. E., Fenny, F., Nainggolan, E., & Januarty, W. (2024). The Effect of Environmental Awareness, Sustainable Corporate Image, and Green Product Price on Consumer Purchase Intention in Indonesia. *West Sci. Soc. Humanit. Stud*, 2(05), 899-911.
- Siringoringo, M. J. B., Nasution, M. H., Firmansyah, E., Sitorus, S. A., & Loo, P. (2022). MODAL KERJA, ASET DAN SUKU BUNGA TERHADAP PERUBAHAN LABA PADA PT. SANFREMY PRATAMA MEDAN. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 63-75.
- Situmorang, F., & Pane, Y. (2024). Internal Company Behavioral factors that influence financial fraud. *Journal Accounting International Mount Hope*, 2(1), 57-66.
- Situmorang, I. R., & Situmorang, F. (2022). Penerapan absensi berbasis sistem digitalisasi di PT. Abdi Budi Mulia. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 83-89.
- Sujinny, S., Loo, P., & Nasution, L. E. (2024). The Role of People's Business Credit (Kur) and The Use of E-Marketing For The Development of Msmes In Medan Deli District In Medan City. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(1), 233-243.
- Swasono, M. A. H., Bakti, R., Yusniar, Y., Silaen, M., & Afrizal, A. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Dalam Rangka Meningkatkan Kelangsungan dan Mengembangkan Usaha Bakmie Purnama. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 2(01), 16-26.
- Tambunan, D., Amalia, F., Yanuarisa, Y., Grace, S., Nainggolan, V., & Fadila, Z. (2022). Improving accounting understanding through mathematical logical intelligence and emotional intelligence through learning interest student at mahkota tricom superior university. *Jurnal Mantik*, 6(2), 1506-1513.
- Tan, K. H., Maria, E., & Christin, S. (2020). Pengaruh Perputaran kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Return On Equity Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix*, 3(1), 27-38.
- Wahyuni, P. (2018). Pengaruhi pelayanan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada karyawan PT. Kencana Inti Perkasa. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 3(2).
- Wahyuni, P. (2018). Pengaruhi pelayanan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada karyawan PT. Kencana Inti Perkasa. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 3(2).
- Wahyuni, P., & Silaban, P. S. (2022). Tax Planning and Tax Avoidance The Effect on the Value of Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sub-Sector. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3849-3855.

- Wahyuni, P., Rinaldi, M., & Saputra, A. E. (2022). The Effect of Accounting Information Systems And Internal Audits on Internal Control at PT. Sierra Mandiri Distribusindo. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1673-1679.
- Wibaselppa, A., Santosa, T. A., Batjo, S. N., Fauzi, R. U. A., Nugraha, A. R., Sinaga, H. D. E., & Wulandari, A. S. R. (2025). The role of employee engagement in increasing Millennial and Gen Z employee retention. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 51-56.
- Yanti, E. D., Efendi, B., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan sistem bimbingan konseling metode forward chaining mts s ppm shadr el-islam asahan. *JUTSI: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 1(3), 203-210.
- Simbolon, D., Aldi, M. F., Kanchanawongpaisan, S., Rashid, M. H. A., Giang, P. B., Najla, N., & Selfina, S. (2025). Empowering Rural Women Through Digital Marketing and Financial Management Education Towards Independent and Sustainable Businesses. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 4(02), 444-452.
- Herlambang, A., Afrida, F., Simbolon, D., Sari, O., & Shieh, J. G. (2025). EXPLORING THE EFFECTS OF CARBON TAX IMPLEMENTATION PLAN ON ENVIROMENTAL PRACTICES IN THE COAL INDUSTRIES OF INDONESIA COMPARING TO JAPAN AND INDIA (2019-2023). *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan dan Ekonomi*, 8(2), 326-330.

LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

**“PENGARUH GAYA HIDUP DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI CAFE PUGU KOPI MARELAN”**

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki - Laki
: ☐ Perempuan
3. Usia : ☐ < 20 Tahun
: ☐ 20 – 30 Tahun
: ☐ 31 – 40 Tahun

II. Petunjuk Pengisian

Dimohon dengan hormat, Saudara/I memberikan tanggapan/jawaban terhadap pernyataan dibawah ini dengan Check List (✓) pada kolom yang tersedia. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- RR = Ragu-Ragu
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

DAFTAR PERNYATAAN

Kuesioner Variabel Gaya Hidup (X1)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	RR	S	SS	
		1	2	3	4	5	
Gaya Hidup (X1)							
Indikator : Aktivitas							
1.	Saya rutin mengunjungi Cafe Pugu Kopi Marelan sebagai aktivitas harian saya						
2.	Saya sering menghabiskan waktu di Cafe Pugu Kopi Marelan untuk bersantai setelah aktivitas harian						
Indikator : Minat							
1.	Saya suka mengerjakan pekerjaan saya di Cafe Pugu Kopi Marelan						
2.	Saya ke Cafe Pugu Kopi karena menyukai makanannya						
Indikator : Opini							
1.	Mengunjungi Cafe Pugu Kopi menjadi salah satu hobi saya karena suasananya tenang						
2.	Saya percaya Cafe Pugu Kopi mencerminkan gaya hidup sayang yang menghargai suasana santai dan nyaman						

Kuesioner Variabel Lokasi (X2)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	RR	S	SS
		1	2	3	4	5
Lokasi (X2)						
Indikator : Akses						
1.	Lokasi menuju Cafe Pugu Kopi Marelan sangat mudah dijangkau					
2.	Tersedianya angkutan umum ke Cafe Pugu Kopi Marelan					
Indikator : Visibilitas						
1.	Lokasi Cafe Pugu Kopi Marelan dapat dilihat dari tepi jalan raya Marelan					
2.	Akses Cafe Pugu Kopi tidak terlalu jauh masuk kedalam gang					
Indikator : Tempat Parkir Yang Luas						
1.	Cafe Pugu Kopi menyediakan lahan parkir yang luas					
2.	Tempat parkir pada Cafe Pugu Kopi sangat aman					

Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	RR	S	SS	
		1	2	3	4	5	
Keputusan Pembelian (Y)							
Indikator : Pilihan Produk							
1.	Pilihan produk yang menarik mulai dari minuman kopi hingga non kopi tersedia di Cafe Pugu Kopi						
2.	Terdapat juga makanan di Cafe Pugu Kopi						
Indikator : Pilihan Merek							
1.	Sanger kopi di Cafe Pugu Kopi telah lama menjadi minuman favorit saya karena rasanya yang pas						
2.	Casgara salah satu menu favorit yang baru launching						
Indikator : Waktu Pembelian							
1.	Saya merasa waktu terbaik saya untuk membeli produk ini saat ada penawaran khusus						
2.	Saya lebih cenderung ke Cafe Pugu Kopi saat malam hari dikarenakan lebih sejuk dan tenang untuk bersantai menikmati kopi						

LAMPIRAN 2

DATA TABULASI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No.	Keputusan Pembelian (Y)						Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1.	5	3	5	2	4	5	24
2	5	5	4	5	4	5	28
3.	3	4	4	3	4	4	22
4.	3	1	4	5	2	4	19
5.	5	3	4	4	3	2	21
6.	4	5	5	5	5	5	29
7.	5	4	5	5	5	5	29
8.	5	5	5	5	5	5	30
9.	5	4	4	5	5	5	28
10.	5	4	4	5	5	5	28
11.	5	4	4	4	4	4	25
12.	4	5	4	4	4	5	26
13.	5	4	5	5	5	5	29
14.	4	4	4	4	4	4	24
15.	2	4	4	5	4	5	24
16.	4	4	4	4	4	4	24
17.	3	4	4	5	5	4	25
18.	5	4	4	5	5	5	28
19.	4	5	5	5	5	4	28
20.	2	4	4	5	4	4	23
21.	5	4	4	5	4	4	26
22.	5	4	4	5	5	4	27
23.	5	5	5	5	5	4	29
24.	5	4	4	5	4	4	26
25.	4	4	4	5	4	4	25
26.	5	4	4	5	5	4	27
27.	4	4	4	5	5	4	26
28.	2	4	4	4	4	4	22
29.	5	4	4	5	5	4	27
30.	4	4	4	5	5	5	27
31.	4	4	5	3	5	5	26
32.	4	4	4	5	4	5	26
33.	4	4	4	5	5	4	26
34.	4	4	4	5	5	4	26
35.	4	4	4	5	5	4	26
36.	4	5	5	5	5	5	29
37.	4	4	5	5	5	5	28
38.	5	4	4	5	5	5	28
39.	4	4	4	4	4	5	25
40.	4	4	4	4	5	5	26
41.	4	4	4	5	5	4	26

42.	4	4	4	5	5	4	26
43.	4	4	4	4	4	4	24
44.	4	4	4	5	5	4	26
45.	5	4	4	5	5	4	27
46.	4	4	5	5	5	5	28
47.	4	4	4	5	4	5	26
48.	4	4	4	2	5	2	21
49.	4	4	4	5	5	4	26
50.	4	4	4	4	5	4	25
51.	4	5	5	5	5	5	29
52.	4	4	5	5	5	4	27
53.	5	4	4	5	4	5	27
54.	4	4	4	4	4	4	24
55.	4	4	4	4	5	5	26
56.	4	5	4	4	5	5	27
57.	4	5	4	5	5	5	28
58.	5	4	4	5	5	5	28
59.	4	4	4	4	4	5	25
60.	4	5	4	4	4	5	26
61.	4	4	5	5	5	5	28
62.	4	4	4	4	4	4	24
63.	4	4	4	5	4	5	26
64.	5	4	4	4	4	4	25
65.	4	4	4	5	5	4	26
66.	4	4	4	5	5	5	27
67.	5	5	5	5	5	5	30
68.	5	4	4	5	4	4	26
69.	4	4	4	5	4	4	25
70.	5	4	4	5	5	4	27
71.	4	4	4	5	5	4	26
72.	5	4	4	5	5	4	27
73.	4	4	4	4	5	4	25
74.	2	2	4	2	5	5	20
75.	5	4	4	5	5	5	28
76.	4	4	4	4	4	4	24
77.	3	5	4	2	4	5	23
78.	4	4	5	4	5	5	27
79.	5	5	5	4	4	4	27
80.	4	4	4	5	4	5	26
81.	5	5	4	4	4	5	27
82.	4	3	4	5	5	1	22
83.	5	5	4	5	5	5	29
84.	5	2	5	5	5	2	24
85.	5	4	4	5	4	4	26
86.	5	4	4	5	4	4	26
87.	5	4	5	5	5	4	28

88.	4	4	4	5	5	4	26
98.	5	4	4	4	4	5	26
90.	4	4	4	5	5	4	26
91.	5	4	4	5	5	5	28
92.	4	4	5	5	5	5	28
93.	4	4	4	5	4	5	26
94.	4	2	4	2	5	2	19
95.	4	1	4	5	5	4	23
96.	4	5	4	4	5	4	26
97.	4	5	5	5	5	5	29
98.	4	5	5	5	5	5	29
99.	5	5	4	5	5	5	29
100.	4	5	5	5	4	5	28
101.	4	4	4	4	4	5	25
102.	4	2	2	2	2	2	14
103.	4	4	5	5	5	5	28
104.	3	1	3	2	2	2	13
105.	5	2	3	2	3	2	17
106.	5	4	4	5	5	5	28
107.	4	4	4	5	4	4	25
108.	5	4	5	5	5	5	29
109.	4	4	4	5	4	4	25
110.	4	2	2	1	2	2	13
111.	4	5	5	5	5	5	29
112.	5	5	4	5	5	5	29
113.	4	4	5	5	5	4	27
114.	5	5	4	4	5	5	28
115.	4	5	4	4	4	4	25
116.	5	5	5	4	5	5	29
117.	4	3	4	5	4	4	24
118.	4	1	2	3	2	2	14
119.	5	5	5	5	5	5	30
120.	4	4	4	5	4	4	25
121.	4	4	4	4	4	4	24
122.	4	4	4	5	4	4	25
123.	5	5	5	5	5	4	29
124.	4	4	5	5	2	4	24
125.	5	5	2	3	4	5	24
126.	4	4	4	4	5	4	25
127.	4	3	5	4	3	2	21
128.	4	2	3	4	4	3	20
129.	2	5	2	5	4	4	22
130.	5	4	4	4	4	5	26
131.	2	4	5	4	5	4	24
132.	4	4	4	3	4	5	24
133.	2	5	2	2	5	4	20

134.	3	4	5	4	4	2	22
135.	4	2	4	4	5	4	23
136.	5	5	2	5	4	5	26
137.	4	5	4	4	4	5	26
Total	575	548	565	607	609	584	3488

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

LAMPIRAN 3
DATA TABULASI GAYA HIDUP (X1)

No.	Gaya Hidup (X1)						Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1.	4	5	4	4	5	4	26
2	5	5	4	4	5	3	26
3.	4	4	2	4	4	4	22
4.	2	4	2	2	2	3	15
5.	4	4	2	2	4	3	19
6.	4	4	4	3	4	5	24
7.	4	4	5	5	3	4	25
8.	5	5	5	5	4	4	28
9.	4	4	3	4	5	3	23
10.	4	4	4	5	4	4	25
11.	4	4	2	4	4	4	22
12.	2	4	4	3	4	2	19
13.	5	5	5	5	5	5	30
14.	2	4	2	2	2	3	15
15.	4	4	2	4	4	2	20
16.	4	4	2	4	5	4	23
17.	4	4	2	4	4	4	22
18.	5	5	5	5	5	5	30
19.	4	4	2	4	4	4	22
20.	4	4	3	3	2	3	19
21.	4	4	4	4	4	4	24
22.	4	4	3	5	3	4	23
23.	4	4	4	4	4	3	23
24.	4	4	4	4	4	4	24
25.	4	4	3	4	4	3	22
26.	4	4	4	5	4	4	25
27.	4	4	2	4	4	4	22
28.	2	4	4	3	4	2	19
29.	4	5	4	4	4	3	24
30.	4	4	2	4	4	4	22
31.	4	4	2	3	4	2	19
32.	4	3	2	4	5	4	22
33.	4	2	4	3	4	5	22
34.	4	4	4	4	4	3	23
35.	4	5	4	4	4	3	24
36.	4	4	2	2	4	3	19
37.	5	4	4	4	5	3	25
38.	4	4	3	4	3	3	21
39.	4	5	4	4	4	4	25
40.	4	4	5	5	3	4	25
41.	5	5	5	5	4	4	28

42.	4	4	3	4	5	3	23
43.	4	4	4	5	4	4	25
44.	4	4	2	4	4	4	22
45.	2	4	4	3	4	2	19
46.	5	5	5	5	5	5	30
47.	2	4	2	2	2	3	15
48.	4	4	2	4	4	2	20
49.	4	4	2	4	5	4	23
50.	4	4	2	4	4	4	22
51.	4	5	4	4	4	3	24
52.	4	4	2	4	4	4	22
53.	4	4	2	3	4	2	19
54.	4	3	2	4	5	4	22
55.	4	4	4	3	4	5	24
56.	4	4	4	4	4	3	23
57.	4	5	4	4	4	3	24
58.	4	4	2	2	4	3	19
59.	5	4	4	4	5	3	25
60.	2	4	2	2	2	3	15
61.	4	4	2	4	4	2	20
62.	4	4	2	4	5	4	23
63.	4	4	2	4	4	4	22
64.	5	5	5	5	5	5	30
65.	4	4	2	4	4	4	22
66.	4	4	3	3	2	3	19
67.	4	4	4	4	4	4	24
68.	4	4	3	5	3	4	23
69.	4	4	4	4	4	3	23
70.	4	4	4	4	4	4	24
71.	4	4	3	4	4	3	22
72.	4	4	4	5	4	4	25
73.	4	4	2	4	4	4	22
74.	2	4	4	3	4	2	19
75.	4	5	4	4	4	3	24
76.	4	4	2	4	4	4	22
77.	4	4	2	3	4	2	19
78.	4	3	2	4	5	4	22
79.	4	4	4	3	4	5	24
80.	4	4	4	4	4	3	23
81.	4	5	4	4	4	3	24
82.	4	4	2	2	4	3	19
83.	5	4	4	4	5	3	25
84.	4	4	3	4	3	3	21
85.	4	3	4	4	4	4	23
86.	4	4	5	5	3	4	25
87.	5	5	5	5	4	4	28

88.	4	4	3	4	5	3	23
98.	4	4	4	5	4	4	25
90.	4	4	2	4	4	4	22
91.	4	4	2	4	5	4	23
92.	5	4	4	4	5	3	25
93.	4	4	2	4	4	4	22
94.	2	4	2	2	2	3	15
95.	4	4	2	2	4	3	19
96.	4	4	4	3	4	5	24
97.	4	4	5	5	3	4	25
98.	5	5	5	5	4	4	28
99.	4	4	3	4	5	3	23
100.	4	4	4	5	4	4	25
101.	4	4	2	4	4	4	22
102.	2	3	4	3	4	2	18
103.	5	5	5	5	5	5	30
104.	2	4	2	2	2	3	15
105.	4	4	2	4	4	2	20
106.	4	4	2	4	5	4	23
107.	4	4	2	4	4	4	22
108.	5	5	5	5	5	5	30
109.	4	4	2	4	4	4	22
110.	4	4	3	3	2	3	19
111.	4	5	4	4	4	4	25
112.	4	4	3	5	3	4	23
113.	4	4	4	4	4	3	23
114.	4	4	4	4	4	4	24
115.	4	4	3	4	4	3	22
116.	4	5	4	5	4	4	26
117.	4	4	2	4	4	4	22
118.	2	4	4	3	4	2	19
119.	4	5	4	4	4	4	25
120.	4	5	2	4	4	4	23
121.	4	5	4	4	4	4	25
122.	4	2	4	4	4	2	20
123.	5	2	3	4	5	2	21
124.	5	4	5	5	5	4	28
125.	2	4	5	5	2	4	22
126.	2	5	5	5	5	3	25
127.	4	2	4	4	5	5	24
128.	4	4	4	4	4	5	25
129.	4	4	4	2	5	4	23
130.	1	5	2	4	2	4	18
131.	2	5	2	4	4	4	21
132.	2	4	5	2	4	3	20
133.	4	4	4	5	2	5	24

134.	4	4	5	4	4	4	25
135.	5	5	4	4	5	5	28
136.	5	2	2	5	3	2	19
137.	4	5	4	4	4	4	25
Total	532	562	453	534	544	489	3114

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

LAMPIRAN 4
DATA TABULASI LOKASI (X2)

No.	Lokasi (X2)						Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1.	5	2	4	5	3	5	24
2	5	4	5	5	5	5	29
3.	4	5	4	4	4	4	25
4.	2	2	5	4	2	5	20
5.	4	3	3	4	3	4	21
6.	5	5	5	4	5	4	28
7.	4	5	5	5	5	5	29
8.	4	2	5	5	5	5	26
9.	4	5	4	4	5	4	26
10.	4	5	4	5	5	5	28
11.	4	4	4	4	5	5	26
12.	4	5	4	4	4	5	26
13.	4	5	4	4	5	5	27
14.	4	3	5	4	4	3	23
15.	4	2	4	3	3	4	20
16.	5	5	5	5	5	5	30
17.	4	4	4	4	4	5	25
18.	4	4	4	4	5	5	26
19.	4	4	4	4	4	4	24
20.	4	2	5	4	2	2	19
21.	4	5	4	4	5	5	27
22.	4	5	5	4	4	5	27
23.	4	5	4	4	5	4	26
24.	5	4	4	4	5	4	26
25.	4	3	4	3	4	5	23
26.	4	5	4	4	4	4	25
27.	5	4	5	4	5	4	27
28.	4	4	4	4	4	4	24
29.	5	4	4	5	4	4	26
30.	4	4	4	4	4	4	24
31.	4	3	4	4	5	5	25
32.	4	2	4	4	5	5	24
33.	4	4	4	4	5	5	26
34.	4	4	5	4	4	4	25
35.	4	5	5	5	4	4	27
36.	4	5	4	4	4	4	25
37.	4	5	5	5	4	5	28
38.	4	4	5	4	4	5	26
39.	5	5	5	5	5	5	30
40.	4	5	5	4	4	4	26
41.	4	5	5	4	5	4	27

42.	4	5	4	4	5	5	27
43.	4	5	5	5	5	4	28
44.	4	4	4	4	4	4	24
45.	4	2	3	4	3	4	20
46.	4	5	5	5	4	5	28
47.	4	2	3	3	2	4	18
48.	3	4	5	4	4	4	24
49.	4	4	4	4	4	4	24
50.	4	4	4	4	4	4	24
51.	5	5	5	4	5	5	29
52.	4	5	4	4	4	4	25
53.	4	4	2	2	2	4	18
54.	4	4	4	4	5	5	26
55.	4	5	5	4	5	5	28
56.	4	4	5	4	5	5	27
57.	4	5	5	4	4	4	26
58.	4	4	5	4	5	4	26
59.	4	5	5	5	4	4	27
60.	3	4	3	4	5	5	24
61.	4	3	3	4	5	5	24
62.	4	5	4	4	5	5	27
63.	4	3	4	4	4	4	23
64.	4	4	5	5	4	4	26
65.	4	5	4	4	4	4	25
66.	4	4	2	5	4	5	24
67.	4	5	5	4	4	5	27
68.	4	4	4	4	5	5	26
69.	5	4	4	4	4	5	26
70.	4	4	5	5	5	4	27
71.	4	4	4	3	4	4	23
72.	4	4	5	5	5	5	28
73.	4	5	4	4	5	4	26
74.	4	4	2	4	4	4	22
75.	4	5	5	5	4	5	28
76.	4	3	4	4	4	4	23
77.	4	5	2	2	4	2	19
78.	4	4	4	4	4	5	25
79.	5	5	4	5	5	5	29
80.	4	5	5	4	4	5	27
81.	4	4	5	5	4	4	26
82.	4	5	3	3	5	4	24
83.	5	4	5	4	5	5	28
84.	4	2	3	4	3	3	19
85.	4	5	4	4	4	4	25
86.	5	4	4	5	5	4	27
87.	4	5	5	4	5	5	28

88.	5	5	4	4	4	5	27
98.	4	5	5	4	5	5	28
90.	4	5	4	4	4	4	25
91.	4	5	4	4	4	4	25
92.	5	4	5	5	5	5	29
93.	4	3	4	4	4	3	22
94.	4	4	2	2	2	5	19
95.	4	2	2	2	4	4	18
96.	4	4	5	4	5	5	27
97.	4	4	5	5	5	5	28
98.	5	5	5	5	5	5	30
99.	4	5	5	4	4	5	27
100.	4	5	5	5	5	5	29
101.	4	3	4	4	4	4	23
102.	4	3	3	3	2	2	17
103.	5	3	5	5	5	5	28
104.	4	3	5	3	1	3	19
105.	3	4	4	3	2	2	18
106.	4	4	5	4	4	4	25
107.	4	3	4	4	4	5	24
108.	5	5	5	5	4	5	29
109.	3	4	4	4	5	4	24
110.	3	4	2	2	2	2	15
111.	5	5	5	5	5	4	29
112.	4	3	4	5	4	4	24
113.	4	5	4	5	5	5	28
114.	5	5	5	4	5	5	29
115.	4	3	4	4	3	4	22
116.	5	5	5	5	5	4	29
117.	4	4	4	4	4	5	25
118.	3	3	3	3	2	2	16
119.	5	5	5	5	4	5	29
120.	4	3	4	4	4	3	22
121.	4	4	4	4	4	4	24
122.	2	4	4	4	4	4	22
123.	5	5	4	5	4	5	28
124.	5	5	5	4	4	4	27
125.	4	4	1	5	2	3	19
126.	4	4	5	5	4	5	27
127.	4	2	5	5	4	4	24
128.	4	2	2	4	4	2	18
129.	2	4	2	4	5	5	22
130.	5	3	2	2	4	4	20
131.	5	4	5	4	5	3	26
132.	3	4	5	4	4	5	25
133.	5	5	5	2	4	4	25

134.	4	5	4	4	2	2	21
135.	4	4	4	3	4	4	23
136.	4	4	4	4	4	4	24
137.	4	4	4	4	5	4	25
Total	562	560	572	560	570	586	3488

Sumber: Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

LAMPIRAN 5

DATA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y), GAYA HIDUP (X1) DAN LOKASI (X2)

No.	Keputusan Pembelian (Y)	Gaya Hidup (X1)	Lokasi (X2)
1.	24	26	24
2	28	26	29
3.	22	22	25
4.	19	15	20
5.	21	19	21
6.	29	24	28
7.	29	25	29
8.	30	28	26
9.	28	23	26
10.	28	25	28
11.	25	22	26
12.	26	19	26
13.	29	30	27
14.	24	15	23
15.	24	20	20
16.	24	23	30
17.	25	22	25
18.	28	30	26
19.	28	22	24
20.	23	19	19
21.	26	24	27
22.	27	23	27
23.	29	23	26
24.	26	24	26
25.	25	22	23
26.	27	25	25
27.	26	22	27
28.	22	19	24
29.	27	24	26
30.	27	22	24
31.	26	19	25
32.	26	22	24
33.	26	22	26
34.	26	23	25
35.	26	24	27
36.	29	19	25
37.	28	25	28
38.	28	21	26
39.	25	25	30
40.	26	25	26
41.	26	28	27
42.	26	23	27
43.	24	25	28

44.	26	22	24
45.	27	19	20
46.	28	30	28
47.	26	15	18
48.	21	20	24
49.	26	23	24
50.	25	22	24
51.	29	24	29
52.	27	22	25
53.	27	19	18
54.	24	22	26
55.	26	24	28
56.	27	23	27
57.	28	24	26
58.	28	19	26
59.	25	25	27
60.	26	15	24
61.	28	20	24
62.	24	23	27
63.	26	22	23
64.	25	30	26
65.	26	22	25
66.	27	19	24
67.	30	24	27
68.	26	23	26
69.	25	23	26
70.	27	24	27
71.	26	22	23
72.	27	25	28
73.	25	22	26
74.	20	19	22
75.	28	24	28
76.	24	22	23
77.	23	19	19
78.	27	22	25
79.	27	24	29
80.	26	23	27
81.	27	24	26
82.	22	19	24
83.	29	25	28
84.	24	21	19
85.	26	23	25
86.	26	25	27
87.	28	28	28
88.	26	23	27
98.	26	25	28
90.	26	22	25
91.	28	23	25
92.	28	25	29
93.	26	22	22

94.	19	15	19
95.	23	19	18
96.	26	24	27
97.	29	25	28
98.	29	28	30
99.	29	23	27
100.	28	25	29
101.	25	22	23
102.	14	18	17
103.	28	30	28
104.	13	15	19
105.	17	20	18
106.	28	23	25
107.	25	22	24
108.	29	30	29
109.	25	22	24
110.	13	19	15
111.	29	25	29
112.	29	23	24
113.	27	23	28
114.	28	24	29
115.	25	22	22
116.	29	26	29
117.	24	22	25
118.	14	19	16
119.	30	25	29
120.	25	23	22
121.	24	25	24
122.	25	20	22
123.	29	21	28
124.	24	28	27
125.	24	22	19
126.	25	25	27
127.	21	24	24
128.	20	25	18
129.	22	23	22
130.	26	18	20
131.	24	21	26
132.	24	20	25
133.	20	24	25
134.	22	25	21
135.	23	28	23
136.	26	19	24
137.	26	25	25
Total	3114	3410	3488

Sumber: Hasil Pebelitian, 2025 (Data Diolah)

LAMPIRAN 6

TABEL r_{tabel}

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

LAMPIRAN 7

Tabel ttabel

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

LAMPIRAN 8

Tabel Ftable

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

LAMPIRAN 9

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,486**	,458*	,400*	,542**	,347	,788**
	Sig. (2-tailed)		,006	,011	,029	,002	,060	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	,486**	1	,556**	,137	,371*	,548**	,671**
	Sig. (2-tailed)	,006		,001	,470	,043	,002	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,458*	,556**	1	,319	,263	,216	,623**
	Sig. (2-tailed)	,011	,001		,086	,160	,251	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,400*	,137	,319	1	,461*	,241	,720**
	Sig. (2-tailed)	,029	,470	,086		,010	,199	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	,542**	,371*	,263	,461*	1	,374*	,744**
	Sig. (2-tailed)	,002	,043	,160	,010		,042	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	,347	,548**	,216	,241	,374*	1	,565**
	Sig. (2-tailed)	,060	,002	,251	,199	,042		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,788**	,671**	,623**	,720**	,744**	,565**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 10

Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,741	6

LAMPIRAN 11
Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X₁)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,224	,269	,518**	,467**	,458*	,682**
	Sig. (2-tailed)		,235	,150	,003	,009	,011	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,224	1	,434*	,405*	,358	,439*	,632**
	Sig. (2-tailed)	,235		,017	,026	,052	,015	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,269	,434*	1	,410*	,272	,275	,670**
	Sig. (2-tailed)	,150	,017		,024	,146	,142	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,518**	,405*	,410*	1	,529**	,508**	,808**
	Sig. (2-tailed)	,003	,026	,024		,003	,004	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,467**	,358	,272	,529**	1	,340	,702**
	Sig. (2-tailed)	,009	,052	,146	,003		,066	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,458*	,439*	,275	,508**	,340	1	,711**
	Sig. (2-tailed)	,011	,015	,142	,004	,066		<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,682**	,632**	,670**	,808**	,702**	,711**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 12
Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,780	6

LAMPIRAN 13 **Hasil Uji Validitas Lokasi (X₂)**

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,304	,352	,550**	,267	,170	,568**
	Sig. (2-tailed)		,102	,056	,002	,154	,368	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,304	1	,676**	,234	,341	,591**	,769**
	Sig. (2-tailed)	,102		<,001	,213	,065	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,352	,676**	1	,239	,277	,399*	,679**
	Sig. (2-tailed)	,056	<,001		,204	,138	,029	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,550**	,234	,239	1	,503**	,409*	,676**
	Sig. (2-tailed)	,002	,213	,204		,005	,025	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	,267	,341	,277	,503**	1	,289	,637**
	Sig. (2-tailed)	,154	,065	,138	,005		,122	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	,170	,591**	,399*	,409*	,289	1	,779**
	Sig. (2-tailed)	,368	<,001	,029	,025	,122		<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,568**	,769**	,679**	,676**	,637**	,779**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

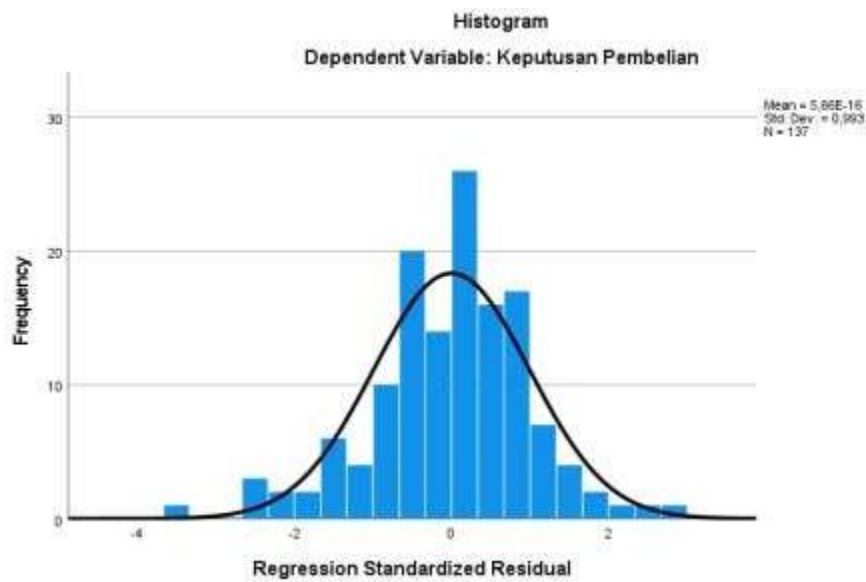
LAMPIRAN 14
Hasil Uji Reliabilitas Lokasi (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,751	6

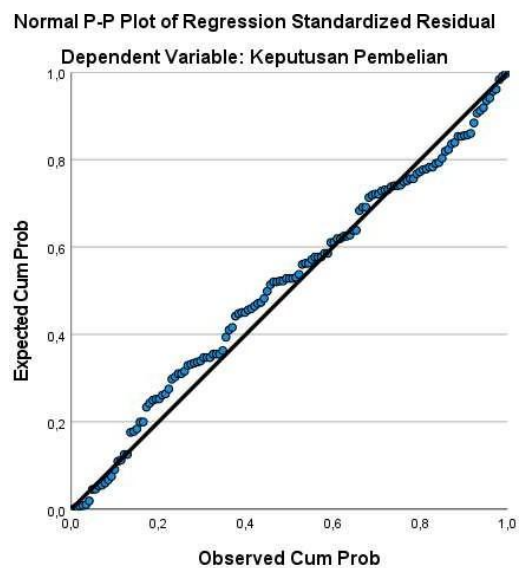
LAMPIRAN 15

Hasil Uji Normalitas

1. Hasil Uji Grafik Histogram



2. Hasil Uji Grafik Probability Plots



3. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		137
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,31888764
Most Extreme Differences	Absolute	,070
	Positive	,058
	Negative	-,070
Test Statistic		,070
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,098

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

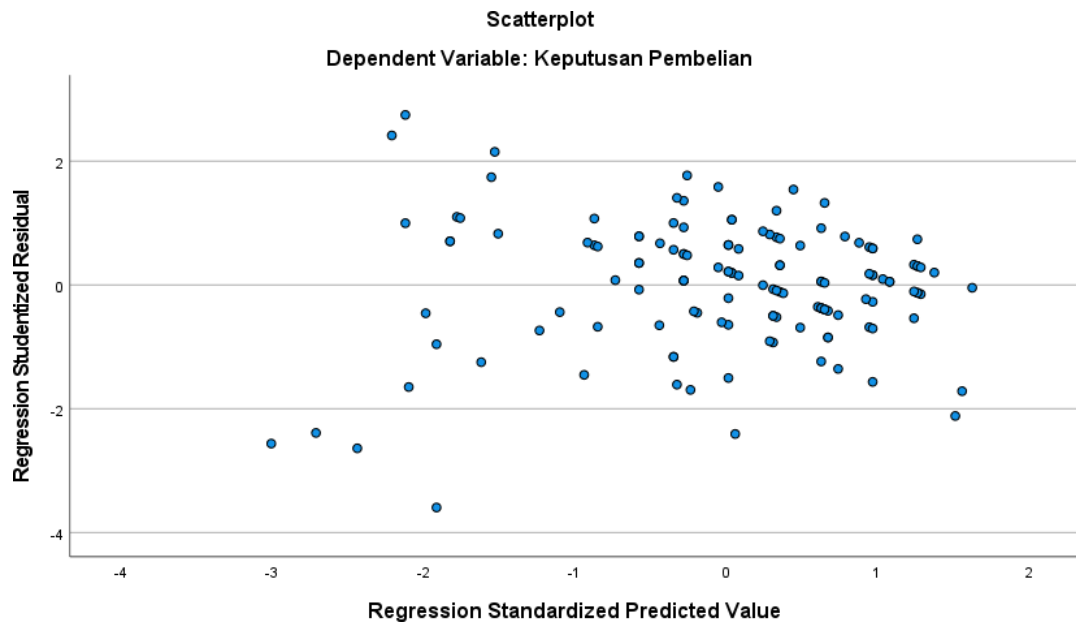
LAMPIRAN 16
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error		Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,857	1,666		4,715	<,001		
	Gaya Hidup	,050	,081	,049	,616	,539	,602	1,660
	Lokasi	,661	,080	,663	8,279	<,001	,602	1,660

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

LAMPIRAN 17

Hasil Uji Heteroskedastisitas



LAMPIRAN 18

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,857	1,666		4,715	<,001		
	Gaya Hidup	,050	,081	,049	,616	,539	,602	1,660
	Lokasi	,661	,080	,663	8,279	<,001	,602	1,660

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

LAMPIRAN 19
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	7,857	1,666	4,715	<,001			
	Gaya Hidup	,050	,081	,616	,539	,602	1,660	
	Lokasi	,661	,080	8,279	<,001	,602	1,660	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

LAMPIRAN 20
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	682,725	2	341,362	62,549	,000 ^b
	Residual	731,305	134	5,457		
	Total	1414,029	136			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Gaya Hidup

LAMPIRAN 21
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,695 ^a	,483	,475	2,336

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

LAMPIRAN 22

Hasil Peran Dominan Variabel Bebas

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Lokasi		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100).

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

LAMPIRAN 23
Nilai Koefisien Korelasi

Correlations				
		Gaya Hidup	Lokasi	Keputusan Pembelian
Gaya Hidup	Pearson Correlation	1	,631**	,467**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	137	137	137
Lokasi	Pearson Correlation	,631**	1	,694**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	137	137	137
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,467**	,694**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	137	137	137

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 18 Desember 2024

Nomor:1058/R/STIE-EP/XII/2024

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Cafe Pugu Kopi Marelان
Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Anggi Syahreni Nasution
NIM	: 211010166
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Pugu Kopi Marelان

Untuk mengadakan peninjauan ke Cafe Pugu Kopi Marelان yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



PUGU KOPI

JL. JALA X, PAYA PASIR, KEC. MEDAN MARELAN,

SUMATERA UTARA 20254

PUGU KOPI

Telp. 0819-96665446

Medan, 11 Januari 2025

Nomor : 02/PK/I/2025
Lampiran : -
Perihal : Surat Balasan Izin Observasi

Kepada Yth

STIE Eka Prasetya

Berdasarkan Surat Nomor : 1058/R/STIE-EP/XII/2024 Tanggal 18 Desember 2024 Perihal Permohonan Melakukan Observasi kepada mahasiswa:

Nama : Anggi Syahreni Nasution

NIM : 211010166

Semester : VII

Program Studi : Manajemen (S1)

Judul : Pengaruh Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe
Pugu Kopi Marelان

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut di atas dapat kami terima untuk melakukan observasi di cafe kami. Demikian surat ini disampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Menyetujui



Yuseriadi

(Pemilik Cafe)

PUGU



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : ANGGI SYAHRENI NASUTION
NIM : 211010166
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Jumat 16 Februari 2024	GIOVANNI BELINDA JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Biaya Operasional dan struktur Modal terhadap pajak penghasilan Badan (pph pasal 25) pada perusahaan manufaktur sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	203010027	
2	Jumat 16 Februari 2024	Tanoto JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Kemasan dan perceived value terhadap keputusan pembelian produk Bihun PT. Genta Lestari	201010210	
3	Jumat 16 Februari 2024	Vanness wilson susanto JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Customer Relationship Management Dan Trust Terhadap customer Loyalty Pada PT samudera Agung sentosa	201010094	
4	kamis 14 November 2024	Rizky Owi Prasetyo JUDUL PROPOSAL : Electrifying Decisions: How tax insights and Eco-Perceptions shape Electric Vehicle Purchase Intentions	211010072	
5	kamis 14 November 2024	Alvin Noualdo JUDUL PROPOSAL : From Face-to-Face to Virtual Interactions: Unravelling the Impact of Technological Advancements on Conformity and consumer Buying patterns	211010026	
6	kamis 14 November 2024	Philip chstoper JUDUL PROPOSAL : Green Marketing Strategy and Brand Image Building Consumer Loyalty Unilever	211010036	
7	kamis 14 November 2024	chelsya JUDUL PROPOSAL : Analyze the Influence of viral Marketing and product quality on k-pop Merchandise product purchasing Decisions	211010037	
8	kamis 14 November 2024	kenny Gunawan JUDUL PROPOSAL : Pengaruh chatbot and customer Experience terhadap kepuasan Pelanggan pada pengguna Shopee di kalangan Generasi z dikelurahan eanten	211010159	

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 16 Februari 2024
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa: Anggi Syahreni Nasution

NIM : 211010166

Konsentrasi: Pemasaran Kewirausahaan (lingkari yang sesuai)

HP/WA : 081269497816 Email: nstanggi829@gmail.com

Alamat Tinggal: Jalan Bawal 7 NO. 198 Griya 2 Martubung

Nama Dosen Pembimbing 1:

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, ST., M.M

Nama Dosen Pembimbing 2:

~~Dra. Pesta Gultom, M.M~~
Dita Satriana Harahap, S.M., M.M

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	31 Okt 2024	konsultasi judul	} flet
2		Revisi judul	
3	18 Nov 2024	konsultasi judul dan Bab 1	flet
4	19 Nov 2024	Revisi judul dan Bab 1	} flet
5		- Bentuk cem apa yang digunakan	
6		- Jika belum ada bentuk cem yang dipakai, ganti variabel	
7	23 Nov 2024	revisi judul dan latar belakang	flet
8	25 Nov 2024	Acc judul dan latar belakang	} flet
9		Lanjut Bab 2,3	
10	19 Jan 2025	Acc Bab 2,3 dan kuesioner . Acc sempro	flet
11	18 Mei 2025	konsultasi pada bab 4 dan 5	flet
12	21 Mei 2025	=> uji t dan manajemen 'produksi'	flet
13		Acc sedang	flet
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : Anggi Syahreni Nasution

NIM : 211010166

Konsentrasi : Pemasaran / Kewirausahaan (lingkari yang sesuai)

HP/WA : 081260497816 Email: nstanggi829@gmail.com

Alamat Tinggal: Jalan Bawal 7 No.198 Griya 2 Martubung

Nama Dosen Pembimbing 1:

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Dra Pesta Gultom, M.M.
Dita Sayidina Harahap S.M., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	26 Nov 2024	Ajukan judul dan Bab 1	[Signature]
2	26 Nov 2024	Latar Belakang.	[Signature]
3	29 Nov 2024	Acc judul dan Bab 1	[Signature]
4	15 Jan 2025	Revisi Indikator	[Signature]
5	15 Jan 2025	Penulisan	[Signature]
6	23 Jan 2025	Acc Bab II & III Acc Sempurna	[Signature]
7	20 Mei 2025	Tabulasi data pada excel	[Signature]
8	20 Mei 2025	- kua spss	[Signature]
9		- konsultasi pada bab 4-5	[Signature]
10	24 Mei 2025	- Implikasi manajemen	[Signature]
11	25 Mei 2025	- Revisi kolmogorov smirnov	[Signature]
12	26 Mei 2025	- Revisi penulisan	[Signature]
13	30 Mei 2025	- Acc Bab 1 - 5	[Signature]
14	30 Mei 2025	Acc hingga meja hijau	[Signature]
15			
16			
17			
18			
19			
20			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

[Signature]

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Anggi Syahreni Nasution
Tempat / Tanggal Lahir : Tanjung Morawa, 18 Oktober 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jalan Bawal 7 No. 198 Griya 2 Martubung
Alamat Email : nstanggi829@gmail.com
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Handphone (HP) : 081269497816

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2009-2015 : SDN 066660 Medan
Tahun 2015-2018 : SMPN 25 Medan
Tahun 2018-2021 : SMA Swasta Budi Agung Medan
Tahun 2021-Sekarang : STIE Eka Prasetya Medan

RIWAYAT PEKERJAAN

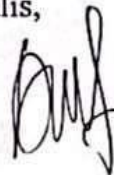
DATA ORANGTUA

Nama Ayah : Fadillah Irwansyah Nasution
Pekerjaan : Wiraswasta
Handphone (HP) : 082163413094
Alamat : Jalan Bawal 7 No.198 Griya 2 Martubung
Nama Ibu : Irani Sitorus
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : 081262927419
Alamat : Jalan Bawal 7 No.198 Griya 2 Martubung

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 23 Januari 2024

Penulis,



Anggi Syahreni Nasution

211010166