

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JAO COFFEE BAR  
KOTA KUPANG DENGAN MOTIF PEMBELIAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**TESIS**

**Diajukan kepada Pengelola Program Studi Magister Manajemen  
Universitas Katolik Widya Mandira  
Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh  
Gelar Sarjana – S2 Magister Manajemen**



**Oleh:**

**APRYANUS FALLO**

**NIM: 8112161005**

**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA**

**KUPANG**

**2018**

**TESIS**

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA  
JAO COFFEE BAR KOTA KUPANG DENGAN MOTIF  
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Magister Manajemen

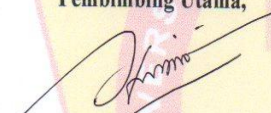
Oleh

NAMA : APRYANUS FALLO  
NIM : 8112161005 MM

Telah Disetujui Oleh

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

  
Dr. Stanis Man, SE, M.Si

  
Dra. Sukanti, MM

Kupang, Mei 2018

Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Widya Mandira

Ketua Program Studi,

  
Dr. Stanis Man, SE, M.Si  
NIDN : 0815086422

**TESIS**

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA  
JAO COFFEE BAR KOTA KUPANG DENGAN MOTIF  
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Disiapkan dan disusun oleh :

Nama : APRYANUS FALLO  
NIM : 8112161005 MM

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada Tanggal 17 Mei 2018  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

**Dewan Penguji :**

**Ketua,**

  
**Dr. Stanis Man, SE, M.Si**

**Sekretaris,**

  
**Dra. Sukamti, MM**

Anggota :

1. Dr. Goru Yohannes, MS

2. Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM

3. Dr. Stanis Man, SE, M.Si

**Kupang, Mei 2018**

Ketua Program Studi

  
**Dr. Stanis Man, SE, M.Si**  
NIDN : 0815086422

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria atas kasih setia dan pertolonganNya bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan Tesis ini yang berjudul : **“Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jao Coffee Bar Dengan Motif Pembelian Sebagai Variabel Intervening”**.

Selanjutnya pada kesempatan ini, perkenankanlah dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. P. Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan Strata 2 pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Jou Sewa Adrianus, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang
3. Dr. Stanis Man, SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen sekaligus sebagai dosen pembimbing 1 dan penguji III yang dengan tulus, ikhlas dan sabar meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Dra. Sukamti, MM selaku pembimbing 2 yang dengan sabar memberikan bimbingan, masukan, perbaikan, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

5. Dr. Goru Yohannes, MS, selaku penguji 1 yang telah memberikan perbaikan, masukan, dan arahan, yang membantu kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM selaku penguji II yang dengan tulus meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, perbaikan, serta motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan berharga
8. Para pegawai Tata Usaha Program Studi Magister Manajemen yang selalu setia memberikan segala bantuan selama perkuliahan
9. Rekan-rekan seperjuangan Program Studi Magister Manajemen Universitas Katolik Widya mandira Kupang Angkatan 27 yang selalu setia menemani dan memberikan dukungan dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna. Kritik dan saran bagi penyempurnaan tesis ini sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga tesis ini dapat memberi manfaat bagi kita semua. Terima kasih.

Kupang, Mei 2018

Penulis,

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

### **“MOTO”**

*“Teruslah berlari mengejar mimpimu, hingga suara cemoohan itu berubah menjadi tepuk tangan”*

### **“PERSEMBAHAN”**

*Skripsi ini dipersembahkan untuk:*

- 1. Tuhan Yesus Kristus dengan Kasih-Nya yang selalu menopang segala rencana penulis saat penyelesaian skripsi.*
- 2. Yang Tersayang: Bapak Sebastianus Fallo dan Mama Bergita K. Feka yang telah dengan susah payah membesarkan dan membanting tulang mencari nafkah untuk membiayai pendidikanku.*
- 3. Kepada saudara-saudariku tercinta: Kakak Marselina Fallo, Adik Bernadinus Fallo dan Maria Oktaviani Fallo yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi saya*
- 4. Sahabat-sahabatku tercinta MM UNWIRA angkatan 27*
- 5. Almamaterku tercinta UNWIRA Kupang.*

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian pada Jao Coffee Bar dengan motif pembelian sebagai variabel intervening”, oleh Apryanus Fallo (NIM 8112161005 MM) dibawah bimbingan Dr. Stanis Man, SE, M.Si dan Dra. Sukamti, MM.

Adanya perubahan gaya hidup dari generasi ke generasi dikarenakan adanya perubahan sosial dalam tatanan masyarakat serta lingkungan yang berubah. Perubahan-perubahan tersebut diakibatkan oleh beberapa faktor. Gaya hidup orang dewasa ini, kini mulai merambah pada remaja termasuk remaja di Kota Kupang. Kehidupan sosial membuat remaja di Kota Kupang menjadi remaja yang cepat beradaptasi dan cepat terpengaruh oleh berbagai hal termasuk dapat dipengaruhi oleh kelompok-kelompok sosial. Gaya hidup remaja di Kota Kupang terlihat melalui aktivitas yang dilakukan saat melakukan pembelian pada Jao Coffee Bar seperti menghabiskan waktu luang dengan bersantai, berbincang dengan teman, bercanda, bermain kartu. Tidak hanya menghabiskan waktu luang, aktivitas lain yang dilakukan remaja saat membeli di Jao Coffee Bar yaitu mengadakan pertemuan, mengadakan reuni, mengerjakan tugas bersama teman

Permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana gambaran tentang gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian pada Jao Coffee Bar Kota Kupang dengan motif pembelian sebagai variabel intervening? (2) Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap motif pembelian pada Jao Coffee Bar Kota Kupang? (3) Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Jao Coffee Bar Kota Kupang? (4) Apakah kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap motif pembelian pada Jao Coffee Bar Kota Kupang? (5) Apakah kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Jao Coffee Bar Kota Kupang? (6) Apakah motif pembelian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Jao Coffee Bar Kota Kupang?

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Jao Coffee Bar yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 108 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Teknik analisa data secara analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu teknik analisis deskriptif dan *Structure Equation Model* (SEM) AMOS.

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa gambaran gaya hidup, kelompok referensi, motif pembelian dan keputusan pembelian berada pada kategori tinggi. Hasil analisis statistik inferensial menunjukkan bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini diterima atau didukung karena hasil penelitian menunjukkan hasil yang signifikan dan model yang fit.

*Kata-kata kunci: Gaya Hidup, Kelompok Referensi, Motif Pembelian, Keputusan Pembelian*

## **ABSTRACT**

The study entitled "The influence of lifestyle and reference groups on purchasing decisions on Jao Coffee Bar with purchase motives as intervening variables", by Apryanus Fallo (NIM 8112161005 MM) under the guidance of Dr. Stanis Man, SE, M.Si and Dra. Sukamti, MM.

The existence of lifestyle changes from generation to generation due to social changes in the society and the changing environment. These changes are caused by several factors. The lifestyle of adults today is now beginning to spread to teenagers including teenagers in Kupang City. Social life makes teenagers in Kota Kupang become adolescents who quickly adapt and quickly influenced by various things including can be influenced by social groups. The adolescent lifestyle in Kupang City is seen through the activities that are done when making a purchase at Jao Coffee Bar like spending leisure time by relaxing, talking with friends, joking, playing cards. Not only spend spare time, other activities that teens do when buying at Jao Coffee Bar is holding meetings, reunion, doing tasks with friends Problems in this research are (1) How to describe lifestyle and reference group to purchase decision at Jao Coffee Kupang City Bar with purchase motive as intervening variable? (2) Does lifestyle have a significant influence on purchasing motive at Jao Coffee Bar of Kupang City? (3) Does the lifestyle have a significant influence on product purchasing decision at Jao Coffee Bar of Kupang City? (4) Does the reference group have a significant influence on the purchasing motive of Jao Coffee Bar in Kupang City? (5) Is the reference group having a significant influence on product purchasing decision at Jao Coffee Bar of Kupang City? (6) Does the buying motive have a significant effect on purchasing decision at Jao Coffee Bar of Kupang City?

The population in this study is consumers who make purchases at Jao Coffee Bar whose numbers are unknown. The sample in this study were 108 respondents. The data were collected by questionnaire. Data analysis techniques are descriptive statistical analysis and inferential analysis. The analysis tools used in this research are two descriptive analysis techniques and Structure Equation Model (SEM) AMOS

The result of descriptive statistic analysis shows that lifestyle description, reference group, purchasing motive and purchase decision are in high category. The results of inferential statistical analysis indicate that all hypotheses in this study were accepted or supported because the results showed significant results and fit models.

**Keywords:** Lifestyle, Reference Group, Purchase Motive, Purchase Decision



## DAFTAR ISI

<b>Lembar Persetujuan</b> .....	ii
<b>Lembar Pengesahan</b> .....	iii
<b>Moto dan Persembahan</b> .....	vi
<b>Kata Pengantar</b> .....	vii
<b>Abstrak</b> .....	viii
<b>Daftar Isi</b> .....	ix
<b>Daftar Tabel</b> .....	xi
<b>Daftar Gambar</b> .....	xii

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah .....	8
1.3 Tujuan penelitian .....	9
1.4 Manfaat penelitian.....	9

### **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Konsep perilaku konsumen.....	11
a. Pengertian perilaku konsumen .....	11
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.....	12
2.2 Konsep keputusan pembelian .....	16
a. Pengertian keputusan pembelian.....	16
b. Model keputusan pembelian .....	17
c. Indikator keputusasn pembelian.....	18
2.3 Konsep gaya hidup.....	19
a. Pengertian gaya hidup .....	19
b. Indikator gaya hidup .....	20
2.4 Konsep kelompok referensi .....	21
a. Pengertian kelompok referensi.....	21
b. Jenis-jenis kelompok referensi.....	22
c. Indikator kelompok referensi .....	23
2.5 Konsep motif pembelian .....	24
a. Pengertian motif pembelian .....	24
b. Indikato motif pembelian .....	26

2.6 Penelitian terdahulu .....	27
2.7 Hipotesis .....	30

**BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	33
3.3 Jenis Data .....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5 Variabel, Definisi Operasional, Indikator .....	36
3.6 Tehnik Analisis Data.....	38
a. Analisis Deskriptif .....	38
b. Analisis Statistik Inferensial .....	39

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	47
4.2 Analisis Data Hasil Penelitian .....	47
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	49
4.2.2 Analisis Statistik Inferensial .....	55
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	73

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>
----------------------	-----------

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan .....	6
Tabel 1.2 <i>Research Gap</i> .....	7
Tabel 2.1 Jenis kelompok referensi.....	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional, Indikator.....	36
Tabel 3.2 Model Pengukuran .....	43
Tabel 3.3 Model Struktural .....	43
Tabel 3.4 Indeks Pengujian Kelayakan Model .....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	48
Tabel 4.5 Pedoman Membuat Distribusi.....	49
Tabel 4.6 Variabel Laten.....	50
Tabel 4.7 Deskripsi Gaya Hidup .....	51
Tabel 4.8 Deskripsi Kelompok Referensi .....	52
Tabel 4.9 Deskripsi Motif Pembelian .....	53
Tabel 4.10 Deskriptif Keputusan Pembelian .....	54
Tabel 4.11 <i>Assessment Of Normality</i> .....	58
Tabel 4.12 <i>Descriptive Statistics</i> .....	59
Tabel 4.13 <i>Mahalanobis Distance</i> .....	60
Tabel 4.14 Uji Validitas .....	64
Tabel 4.15 Reliabilitas .....	65
Tabel 4.16 <i>Goodness Of Fot Indeks</i> .....	66
Tabel 4.17 regression weights.....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	16
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	30
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian.....	42
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Amos .....	56
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Amos .....	57
Gambar 4.3 Pengujian Model Konstruk Variabel Late.....	67