

**PENGARUH LIFESTYLE, BUDAYA MILENNIAL, DAN**

**E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**MINUMAN KEKINIAN**

**( Survey Pada Konsumen Minuman Boba Di Ponorogo)**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Lifestyle*, Budaya Milenial, dan *E-WOM* Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian (Survey Pada Konsumen Minuman Kekinian Boba Di Ponorogo)

Nama : Agustina Dwi Pratiwi

NIM : 17414337

Tempat, Tanggal Lahir : Pebenaan, 08 Agustus 1999

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 27 Juli 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

(Dr. Heri Wijiyanto, ST., MM., M.Kom.)

NIDN. 00250557401

(Edi Santoso, SE. MM)

NIDN. 0711037401



Dosen Pengaji :

(Dr. Heri Wijiyanto, S.T., MM., M.Kom)  
NIDN. 00250557401

(Eka Destriyanto Pristi A, S.AB., MM )  
NIDN. 0711128404

(Naning Kristiyana, SE., MM)  
NIDN. 0721117501

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *lifestyle*, Budaya Milenial, *E-WOM* terhadap keputusan pembelian minuman kekinian Boba di Kabupaten Ponorogo. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen minuman kekinian Boba di Ponorogo. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *probability sampling*. Batasan sampel berjumlah 100 responden dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara *online*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (2) Budaya *Milennial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) *E-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (4) *Lifestyle*, Budaya *Milennial*, dan *E-WOM* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

**Kata kunci:** *Lifestyle*, Budaya *Milennial*, *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena hanya atas limpahan rahmat, anugerah, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Maka untuk memenuhi syarat tersebut, penulis mencoba menerapkan ilmu yang telah didapatkan dalam bangku kuliah ke dalam bentuk skripsi yang berjudul “Pengaruh *Lifestyle*, Budaya *Milennial*, dan *E-WOM* Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Boba (Survey Konsumen Minuman Boba Di Ponorogo)”.

Skripsi ini jauh dari kata sempurna maka penulis berharap adanya kritik dan sara yang membangun dari semua pihak yang nantinya dipergunakan untuk menyempurnakan skripsi ini. Selama penyusunan skripsi ini penulis telah banyak memperoleh bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua, keluarga, dan orang-orang terdekat yang telah memberikan dukungan dan do'a restu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E, M.Si selaku dekan fakultas ekonomi universitas muhammadiyah ponorogo.
3. Ibu Naning Kristiyana, S.E., MM, selaku ketua program studi manajemen fakultas ekonomi universitas muhammadiyah ponorogo.
4. Bapak Wijianto, S.E., M.M selaku dosen wali.

5. Bapak Dr. Heri Wijiyanto, ST., MM., M.Kom selaku dosen pembimbing I skripsi yang sabar memberikan masukan, bantuan, arahan, demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Ibu Edi Santoso, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II skripsi yang dengan teliti dan penuh kesabaran demi prospek prospek kemajuan skripsi ini.
7. Para staff dan teman-teman fakultas ekonomi universitas muhammadiyah ponorogo
8. Teman-teman manajemen angkatan 2017 yang memberi warna selama 4 tahun terakhir ini.
9. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas doa dan dukungan dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu sesuai harapan. Oleh karena itu, dengan rasa bangga saya haturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada :

1. Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memudahkan dan meridhoi setiap langkah dan mengabulkan do'a
2. Kedua Orang Tuaku Tercinta kepada Bapak Sugianto dan Ibu Endang Sulamsri yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang di hidupku serta memotivasi.
3. Kakek dan Nenek Tercinta kepada Alm. Mbah Suyono dan Mbah Nanik yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada saya sebagai cucunya.
4. Dosen pembimbing kepada Bapak Dr. Heri Wijiyanto, ST., MM., M.Kom dan Bapak Edi Santoso, SE., MM terimakasih sudah membimbangi saya selama dalam pengerjaan skripsi.
5. Kucing tersayang kepada Moly dan Nilo yang selalu menemani saya dalam menulis skripsi ini
6. Sahabat saya Luailiyatun Nahdiyah yang selalu memberikan saya semangat dan menemani dalam pengerjaan skripsi
7. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all time*

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR**  
**KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 27 Juli 2021  
  
Agustina Dwi Pratiwi  
NIM. 17414337

## MOTO

*No one is in control your happiness but you, because you have the power to change anything about yourself.*

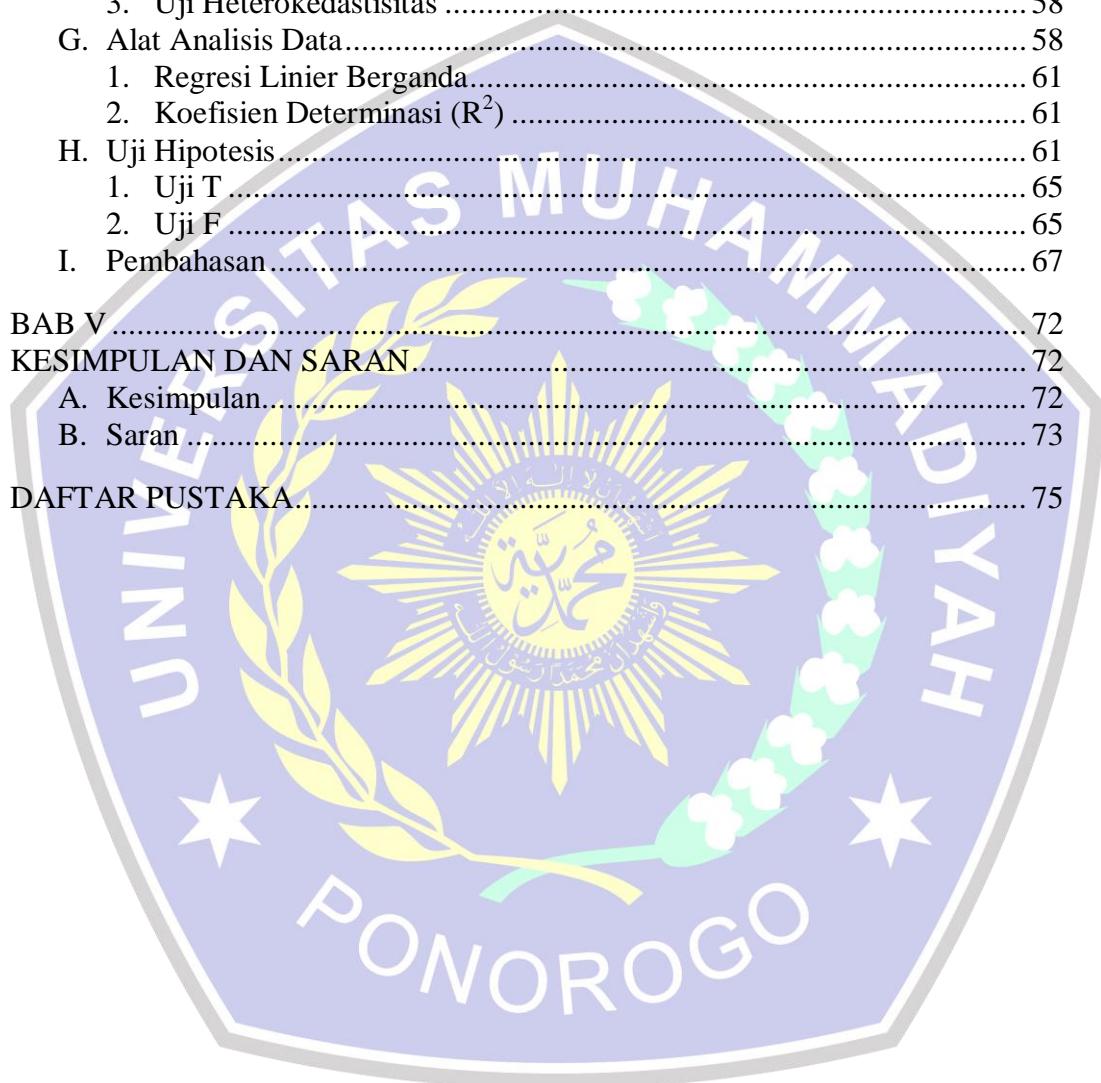


## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
RINGKASAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMAHAN .....	vi
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR .....	vii
MOTO .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II .....	7
LANDASAN TEORI .....	7
A. Pemasaran .....	7
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	7
2. Pengertian Pemasaran .....	7
3. Konsep Pemasaran .....	8
4. Bauran pemasaran.....	12
B. Perilaku Konsumen.....	12
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	12
C. Keputusan Pembelian.....	15
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	15
2. Proses pengambilan Keputusan Pembelian .....	16
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	18
4. Indikator Keputusan pembelian .....	19
D. <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup).....	19
1. Pengertian <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup).....	19
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup ( <i>Lifestyle</i> ) .....	20
3. Indikator <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup) .....	20
E. Generasi <i>Milennial</i> .....	20
1. Pengertian Generasi <i>Milennial</i> .....	21
F. Budaya .....	21
1. Pengertian Budaya .....	21
G. Budaya <i>Milennial</i> .....	21
1. Pengertian Budaya <i>Milennial</i> .....	22
2. Indikator Budaya <i>Milennial</i> .....	23

H. Promosi .....	23
1. Pengertian Promosi .....	24
2. Bauran Promosi .....	24
I. <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> .....	25
1. Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> .....	25
2. Indikator <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> .....	25
J. Penelitian Terdahulu .....	26
K. Kerangka Konseptual.....	30
L. Hipotesis.....	31
 BAB III .....	34
METODE PENELITIAN .....	34
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	34
B. Populasi dan Sampel .....	34
1. Populasi .....	34
2. Sampel.....	34
C. Metode Pengambilan Data .....	36
1. Data Primer.....	36
2. Skala Pengukuran.....	36
D. Definisi Operasional Variabel .....	37
E. Metode Analisis Data.....	39
1. Uji Instrumen .....	39
a. Uji Validitas .....	39
b. Uji Reabilitas .....	39
2. Uji Asumsi Klasik .....	40
a. Uji Normalitas.....	40
b. Uji Multikolineritas .....	40
c. Uji Heterokedastisitas.....	40
3. Alat Analisis .....	41
a. Analisis Regresi Linier Berganda .....	41
b. Koefisien Determinasi .....	41
4. Uji Hipotesis .....	42
a. Uji T .....	42
b. Uji F.....	42
 BAB IV .....	45
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	45
A. Hasil Penelitian.....	45
1. Sejarah Singkat Minuman Boba .....	45
2. Keadaan Wilayah Penelitian.....	45
B. Gambaran Umum Responden .....	46
1. Profil Responden.....	46
a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
b. Responden Berdasarkan Usia .....	47
c. Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan .....	47
C. Analisis Deskriptif .....	48
D. Deskripsi Jawaban Responden .....	50
1. Variabel <i>Lifestyle</i> ( $X_1$ ).....	50

2. Variabel Budaya <i>Milennial</i> ( $X_2$ ) .....	51
3. Variabel E-WOM ( $X_3$ ) .....	52
4. Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	53
E. Uji Instrumen.....	54
1. Uji Validitas.....	54
2. Uji Reabilitas .....	55
F. Uji Asumsi Klasik.....	56
1. Uji Normalitas .....	57
2. Uji Multikolineritas.....	58
3. Uji Heterokedastisitas .....	58
G. Alat Analisis Data.....	58
1. Regresi Linier Berganda.....	61
2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
H. Uji Hipotesis.....	61
1. Uji T .....	65
2. Uji F .....	65
I. Pembahasan.....	67
 BAB V .....	72
KESIMPULAN DAN SARAN .....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran .....	73
 DAFTAR PUSTAKA.....	75



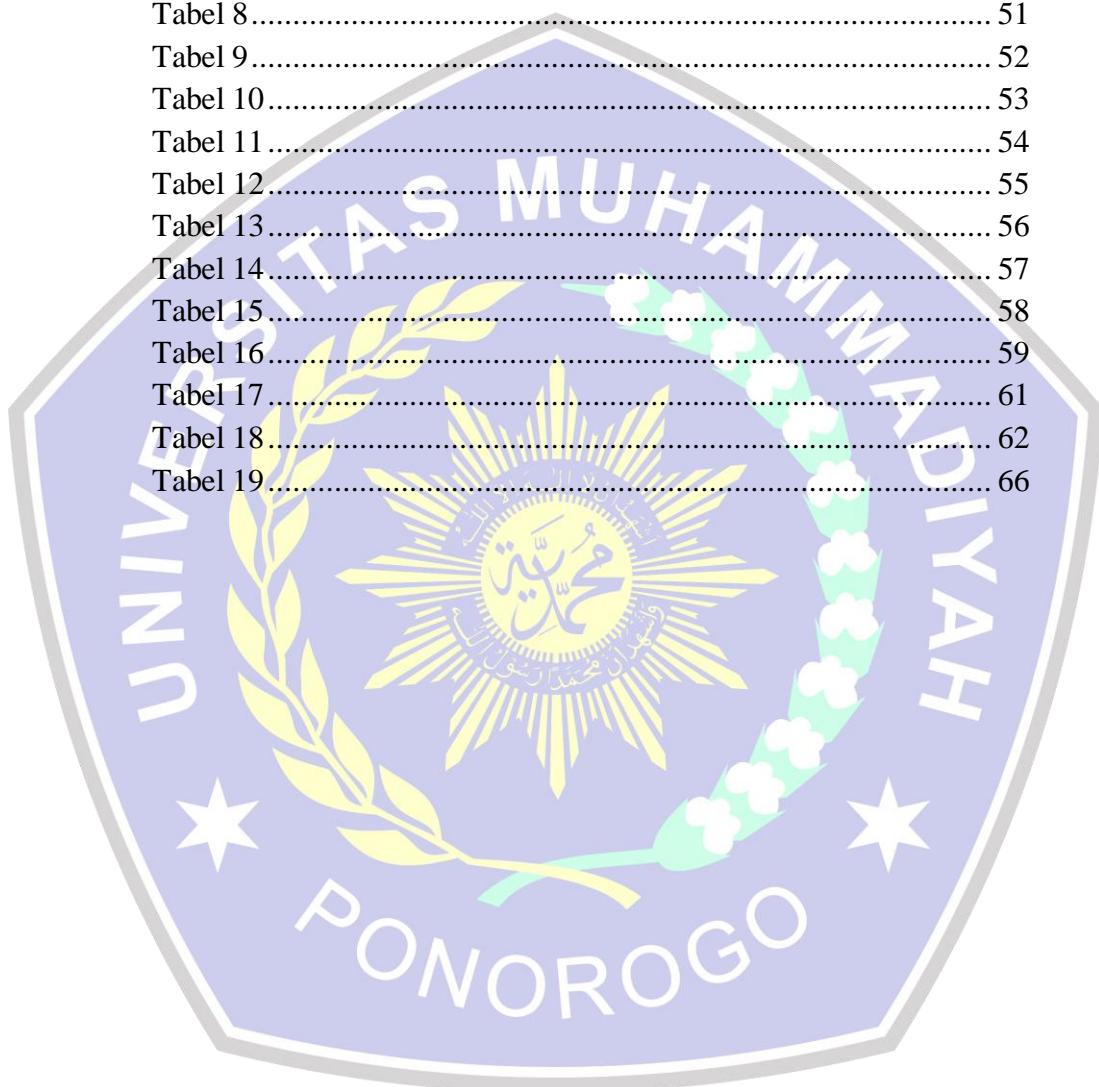
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Proses Pembelian .....	16
Gambar 2 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 3 Daerah Penerimaan dan Penolakan H <sub>0</sub> <sub>1</sub> .....	63
Gambar 4 Daerah Penerimaan dan Penolakan H <sub>0</sub> <sub>2</sub> .....	64
Gambar 5 Daerah Penerimaan dan Penolakan H <sub>0</sub> <sub>3</sub> .....	65
Gambar 6 Kurva Uji T .....	66
Gambar 7 Kurva Uji F.....	66



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skala Pengukuran .....	36
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3 .....	46
Tabel 4.....	47
Tabel 5 .....	48
Tabel 6.....	49
Tabel 7 .....	50
Tabel 8.....	51
Tabel 9.....	52
Tabel 10.....	53
Tabel 11 .....	54
Tabel 12.....	55
Tabel 13 .....	56
Tabel 14.....	57
Tabel 15 .....	58
Tabel 16.....	59
Tabel 17 .....	61
Tabel 18.....	62
Tabel 19 .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	77
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	83
Lampiran 3 Hasil Deskripsi Responden.....	87
Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden .....	88
Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif .....	96
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas .....	96
Lampiran 7 Hasil Uji Reabilitas .....	99
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	100
Lampiran 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	101
Lampiran 10 Hasil Koefisien Determinasi.....	101
Lampiran 11 Hasil Uji T .....	101
Lampiran 12 Hasil Uji F.....	102
Lampiran 13 r Tabel.....	103
Lampiran 14 t Tabel.....	104
Lampiran 15 F Tabel.....	105
Lampiran 16 Berita Acara .....	106

