

**PENGARUH GAYA HIDUP, PENGETAHUAN PRODUK , DAN PERSEPSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN
KEKINIAN *BUBBLE TEA* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Rita Nurhidayah

Nim : 17414368

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020/2021

**PENGARUH GAYA HIDUP, PENGETAHUAN PRODUK , DAN PERSEPSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN
KEKINIAN *BUBBLE TEA* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Rita Nurhidayah

Nim : 17414368

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020/2021

HALAMAN PENGESAHAN


Judul : Pengaruh Gaya Hidup, Pengetahuan Produk, dan Persepsi
Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman
Kekinian *Bubble tea* Pada Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Ponorogo.
Nama : Rita Nurhidayah
NIM : 17414368
Program Studi : Manajemen S-1

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, 2 Agustus 2021

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401


Wahna Widhianingrum, S.P., M.M
NIDN. 0707118602

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi




Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 002

Dosen Penguji :

Ketua

Sekretaris

Anggota


Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401


Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803


Naning Kristiyana, SE., MM
NIDN. 0721117501

PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah 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 diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertuli diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 30 Juli 2021



Kita Nurhoayah

NIM 17414368

Motto

**“ Belajar memperbaiki diri sendiri dari kesalahan dan hal buruk
dijadikan sebuah pengalaman”**



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang tak terhitung atas nikmat dan ridho-Nya yang senantiasa memberikan kekuatan, kemampuan serta kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan pada dua orang paling berharga dalam hidup saya. Kedua orang tua tercinta saya, Bapak Boiman dan ibu Tumini yang selalu mendoakan yang terbaik untuk saya serta banyak memberikan dukungan sehingga saya mampu untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Diriku yang mampu menyelesaikan skripsi ini walaupun dengan melewati berbagai rintangan.
4. Keluarga besar Mas Nanang, Mbak Ika selalu memberi semangat dan dukungan serta keponakan tersayang Hafiza, Raffasya
5. Support system Mas Septian Angga yang selalu memberikan motivasi untuk diri ini.
6. Sahabat seperjuangan, ida, Linda, Fitriana, Dyah, Mbak Arin, Shelma yang telah meluangkan waktu untuk mendengarkan keluh kesah ini.
7. Kepada semua pihak yang membantu dan mendukung dalam mengerjakan skripsi ini.

**Pengaruh Gaya Hidup, Pengetahuan Produk Dan Persepsi Konsumen
Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian *Bubble tea* Pada
Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Rita Nurhidayah

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup, Pengetahuan Produk, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian *Bubble tea* pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data dari penelitian ini diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner dengan pernyataan tertulis kepada responden dan analisis menggunakan software SPSS 16. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang pernah mengonsumsi minuman kekinian *bubble tea*. Sampel dalam penelitian ini 98 responden dengan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian minuman kekinian *bubble tea* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo, (2) Terdapat pengaruh antara pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian minuman kekinian *bubble tea* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. (3) Terdapat pengaruh antara Persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian minuman kekinian *bubble tea* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. (4) Terdapat pengaruh antara gaya hidup, pengetahuan produk, dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian minuman kekinian *bubble tea* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Kata Kunci : Gaya Hidup, Pengetahuan Produk, dan Persepsi Konsumen

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga atas ridho-Nya dengan segala kemampuan dan kesungguhan hati, dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: “ Pengaruh Gaya Hidup, Pengetahuan Produk, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian *Bubble tea* Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo”.

Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan tugas akhir perkuliahan pada progran Strata (S-1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam skripsi ini, penulis menyadari banyak kesulitan yang dihadapi, akan tetapi berkat bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan dnegan baik. Maka dari itu Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak dan ibu penulis yang selalau mendoakan dan mendukung untuk mengerjakan skripsi.
2. Bapak Dr. Happy Susanto, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Drs. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

5. Bapak Dr. Heri Wijayanto. S.T., MM., M.Kom dan Ibu Wahna Widhianingrum, S.P., M.M selaku dosen pembimbing yang telah membimbing sampai selesainya skripsi ini dengan penuh kesabaran serta ketulusan yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah memberikan ilmunya kepada saya.
7. Saudara dan teman-teman penulis yang telah memberikan support system, semangat serat keceriaan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih banyak sekali kekurangan, maka penulis sangat mengharapkan saran maupun kritik yang membangun demi kesempurnaan laporan penyusunan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Wassalmualaikum Wr.Wb

Ponorogo, Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KODE ETIK PENULISAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
RINGKASAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan & Manfaat.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	9
1. Pemasaran	9
2. Bauran Pemasaran.....	11
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Paradigma Penelitian	30
D. Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup Penelitian	34
B. Populasi dan Sampel.....	34
C. Metode Pengambilan Data.....	38
D. Definisi Operasional Variabel	39
E. Metode Analisis Data.....	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian	48
1. Gambaran Umum Produk	48
2. Sejarah Singkat	49
3. Gambaran Umum Responden	50
a. Profil Responden	51
b. Deskripsi Jawaban Responden	52
c. Uji Instrumen	57
d. Uji Asumsi Klasik	59
e. Alat Analisis Data	61
f. Uji Hipotesis	65
B. PEMBAHASAN	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN	76
B. SARAN	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 2 Jumlah Mahasiswa.....	29
Tabel 3 Perhitungan Sampel.....	36
Tabel 4 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	50
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup.....	52
Tabel 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengetahuan Produk.....	54
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Konsumen.....	54
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 11 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 13 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 15 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	60
Tabel 16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 17 Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 18 Hasil Uji T.....	64
Tabel 19 Hasil Uji F.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Perilaku Konsumen	14
Gambar 2 Tahapan Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 3 Paradigma Penelitian.....	29
Gambar 4 Kurva daerah penerimaan kesatu	65
Gambar 5 Kurva daerah penerimaan kedua.....	66
Gambar 6 Kurva daerah penerimaan ketiga	67
Gambar 7 Kurva Uji F	69





