



**PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
BILBIEN'S COFFEE GROBOGAN**

SKRIPSI

Diajukan dalam rangka Penyelesaian Studi Strata 1 untuk
mencapai Gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

Asyharul Mu'ala

NPM 18220017

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG**

2022

LEMBAR PENYELESAIAN BIMBINGAN

Kami selaku pembimbing skripsi I dan II dari mahasiswa Universitas PGRI

Semarang

Nama : Asyharul Mu'ala
NPM : 18220017
Fakultas/Prodi : FPIPSKR/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup
Terhadap Keputusan Pembelian di Bilbiens
Coffee Grobogan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah sesuai dan siap untuk diujikan.

Pembimbing I



Riyanto, S.E., M.Si
NPP. 176401523

Pembimbing II



Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Pd
NPP. 158901497

Mengetahui,

Dekan FPIPSKR



Dr. Agus Sutono, S.Fil., M.Phil

NPP. 107801284

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BILBIENS COFFEE GROBOGAN”.

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi dan disyahkan oleh Panitia Ujian Skripsi FPIPSKR Universitas PGRI Semarang:

Pada hari : Jumat

Tanggal : 18 November 2022

Panitia Ujian

Ketua,

Dr. Agus Sutono, S.Fil., M.Phil.
NPP. 107801284



Sekretaris,

Novika Wahyuhastuti, SE., M.Si.
NIP. 19781119 200501 2 002

Penguji

1. Riyanto, S.E., M.Si
NPP. 176401523

2. Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Pd.
NPP. 158701498

3. Inayah Adi Sari, S.E., M.Si
NPP. 207801555

Tanda Tangan

(.....)

(.....)

(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

1. Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan, dan kesulitan bersama kemudahan. (HR Tirmidzi)
2. Akan hanya ada dua pilihan untuk memenangkan kehidupan. Keberanian atau keikhlasan. Jika tidak berani ikhlaslah untuk menerimanya, jika tidak ikhlas beranilah mengubahnya. (Penulis)

Persembahan:

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

Almamater tercinta, Universitas
PGRI Semarang.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Asyharul Mu'ala

NPM : 18220017

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Semarang, 15 November 2022

Yang membuat pernyataan



Asyharul Mu'ala

NPM. 18220017

ABSTRAK

Asyharul Mu'ala, “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di Bilbien’s Coffee Grobogan”. Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial dan Keolahragaan, Universitas PGRI Semarang, 2022.

Penelitian ini dilatarbelakangi menurunnya tingkat pendapatan masyarakat yang mengakibatkan turunnya keputusan pembelian pada salah satu coffee di kabupaten Grobogan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Bilbien’s Coffee Grobogan. Adapun variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah pendapatan (X_1) dan Gaya hidup (X_2), serta variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini seluruh masyarakat Grobogan yang pernah berkunjung ke Bilbien’s Coffe, dengan sampel penelitian sebanyak 95 partisipan. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *non-probability sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program erangkat lunak SPSS dengan melakukan uji prasyarat analisis, uji analisis regresi linier, uji t, uji f, serta uji koefisien determinasi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,995 dan t_{tabel} 1,985 dengan signifikansi (Sig) sebesar $0,043 < 0,05$. Gaya hidup (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) yang ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar 4,041 dan t_{tabel} 1,985 dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Pendapatan (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 23,949 dan nilai F_{tabel} 2,49. Selain itu nilai signifikan (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena nilai F_{hitung} sebesar 23,949 $< F_{tabel}$ 2,49 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah pendapatan dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bilbien’s Coffee Grobogan.

Kata Kunci: pendapatan, gaya hidup, keputusan pembelian

ABSTRACT

Asyharul Mu'ala, "The Influence of Income and Lifestyle on Purchase Decisions at Bielbin's Coffee Grobogan". Economics Education Study Program, Faculty of Social Sciences and Sports, PGRI University Semarang, 2022.

This research is motivated by the decreasing level of people's income which results in a decrease in purchasing decisions at one of the cafes in Grobogan district. The purpose of this study is to determine the effect of income and lifestyle on purchasing decisions at Bielbin's Coffee Grobogan. The independent variables used in this study are income (X1) and lifestyle (X2), and the dependent variable is purchasing decisions (Y).

The method used in this research is quantitative. The population used in this study was the entire Grobogan community who had visited Beilbien's Coffee, with a research sample of 95 participants. The sampling technique used by the researcher is non-probability sampling. The data analysis technique in this study used the help of the SPSS software program by conducting prerequisite analysis tests, linear regression analysis tests, t tests, f tests, and coefficients of determination tests.

From the results of the study indicate that income (X1) has an effect on purchasing decisions (Y) has a tcount value of 1.995 and ttable 1.985 with a significance (Sig) of 0.043 <0.05. Lifestyle (X2) has an effect on purchasing decisions (Y) which is shown by tcount value of 4.041 and ttable of 1.985 with a significance value (Sig) of 0.000 <0.05. Income (X1) and Lifestyle (X2) on Purchase Decisions (Y) have a positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the Fcount value of 23.949 and the Ftable value of 2.49. In addition, the significant value (Sig) is 0.000 <0.05. Therefore, the value of Fcount is 23.949 < Ftable 2.49 and the significant value is 0.000 <0.05.

The conclusion from the results of this study is that income and lifestyle have a positive and significant influence on purchasing decisions at Bielbin's Coffee Grobogan.

Keywords: income, lifestyle, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah *subhanahu wa taala* atas limpahan rahmat dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Bilbien’s Coffee Grobogan” ini ditulis untuk memenuhi sebagian syarat dalam memperoleh gelar sarjana pendidikan.

Dukungan keluarga dan handai taulan juga sangat berarti dalam menumbuhkan semangat penulis. Penulis mengakui bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, di antaranya:

1. Dr. Sri Suciati, M. Hum., sebagai Rektor Universitas PGRI Semarang, yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas PGRI Semarang.
2. Dr. Agus Sutono, S.Fil., M.Phil., sebagai Dekan Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni, yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
3. Novika Wahyuhastuti, S.E., M.Si., sebagai ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, yang telah menyetujui usulan topik skripsi penulis.
4. Riyanto, S.E., M.Si., sebagai pembimbing I, yang telah mengarahkan penulis dengan penuh ketekunan dan kecermatan.
5. Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Pd., sebagai pembimbing II, yang telah memimbing penulis dengan penuh dedikasi yang tinggi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang yang telah memberi bekal ilmu kepada penulis selama menempuh studi.
7. Segenap keluarga, terutama Bapak dan Ibu, yang selalu mendoakan kelancaran selama menempuh studi di Universitas PGRI Semarang.
8. Teman-teman yang telah memberi inspirasi selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Berbagai pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu pada kesempatan ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan turut menambah referensi. Penulis menyambut baik segala kritik dan saran yang bersifat membangun untuk skripsi ini dengan tangan terbuka.

Grobogan, 15 November 2022

Asyharul Mu'ala

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	i
LEMBAR PENYELESAIAN BIMBINGAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Sistematika Penulisan Skripsi	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	14
B. Landasan Teori	17
C. Kerangka Berpikir.....	24
D. Hipotesis penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Desain Penelitian	26
B. Populasi dan Sampel	27
C. Definisi Operasional dan Pengumpulan Variabel.....	29
D. Teknik dan Instrument Pengumpulan Data	30
E. Validitas dan Reliabilitas Instrument	31
F. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	41

B. Hasil Penelitian dan Analisi Data.....	44
C. Pembahasan	56
BAB V.....	62
PENUTUP.....	62
A. Simpulan.....	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Konsumsi Dalam Negeri dengan Produksi Kopi di Negara Penghasil Kopi Terbesar pada Tahun 2018-2019	3
Tabel 1.2 Data Pendapatan Bielbin's Coffee Tahun 2019-2021	5
Tabel 1.3 Data Kemiskinan Masyarakat Kabupaten Grobogan	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Pendapatan	34
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup	35
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	36
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.1 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Linearitas Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Linearitas Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser.....	50
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis (Uji f)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Usulan Tema/Judul Skripsi dan Pembimbing	69
Lampiran 2. Halaman Pengesahan Proposal	70
Lampiran 3. Surat Permohonan Izin Penelitian	71
Lampiran 4. Kuisisioner Penelitian	72
Lampiran 5. Kisi-kisi Instrumen	73
Lampiran 6. Tabulasi Uji Coba Pendapatan (X_1)	74
Lampiran 7. Tabulasi Uji Coba Gaya Hidup (X_2)	75
Lampiran 8. Tabulasi Uji Coba Keputusan Pembelian	76
Lampiran 9. Uji Validitas dan Reliabilitas	77
Lampiran 10. Uji Regresi Linier Berganda	82
Lampiran 11. Uji Regresi Linier Berganda	85
Lampiran 12. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	86
Lampiran 13. Hasil Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F)	87
Lampiran 14. Hasil Angket Penelitian	88
Lampiran 15. Data Input SPSS Penelitian	90
Lampiran 16. Rekapitulasi Proses Bimbingan Skripsi	99
Lampiran 17. Dokumentasi	101

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti sekarang ini menjadikan segala sesuatu mengalami perkembangan yang sangat pesat, seperti perkembangan dalam bidang ekonomi, bidang sosial budaya, serta bidang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK). Tentunya dari perkembangan tersebut memiliki dampak bagi kehidupan masyarakat, salah satunya adalah munculnya perilaku gaya hidup yang lebih modern. Perilaku gaya hidup modern sadar atau tidak sadar telah mengubah pola perilaku serta pola kebutuhan manusia.

Di masa modern seperti saat ini, kebutuhan manusia terus mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut dibuktikan dengan banyaknya para pelaku UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia memiliki 65,5 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada tahun 2019. Jumlah tersebut meningkat 1,98% dibandingkan pada tahun 2018 yang hanya sebanyak 64,2 juta unit. Jika dirinci, maka jumlah usaha mikro pada tahun 2019 mencapai 64,6 juta. Sebanyak 798,7 ribu unit merupakan usaha kecil. Sementara itu terdapat 65,5 ribu unit berbentuk usaha menengah. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan. Tentunya dari peningkatan tersebut dapat menjadi peluang bagi para pelaku

UMKM untuk terus mengembangkan kreatifitasnya dengan melihat fenomena yang ada sekarang.

Salah satu usaha yang kini mengalami peningkatan cukup signifikan adalah *coffe shop*. *Coffee shop* didefinisikan sebagai sebuah kafe, kedai atau restoran kecil yang menjual kopi dan minuman non-alkohol dibarengi dengan adanya menu dan fasilitas yang menjadi ciri khas pada tempat tersebut (Wiktionari, 2010). Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh TOFFIN, yang merupakan perusahaan penyedia solusi bisnis berupa barang dan jasa di industri HOREKA bersama majalah MIX MarComm mencatat jumlah kedai kopi di Indonesia pada tahun 2021 mencapai lebih dari 3.950 gerai. Angka tersebut meningkat hampir tiga kali lipat dari tahun 2018 yang hanya sekitar 1000 gerai saja. Jumlah itu dapat terus meningkat karena sensus kedai tersebut hanya mencakup kedai yang berjaringan di kota besar, belum mencakup kedai kopi independen yang modern maupun tradisional di berbagai daerah. Dari data kedai kopi tersebut dapat dilihat tingkat konsumsi kopi di Indonesia yang cukup tinggi. Untuk lebih jelasnya, berikut merupakan tabel perbandingan konsumsi kopi dalam negeri dengan produksi kopi di luar negeri.

**Tabel 1.1 Perbandingan Konsumsi Dalam Negeri dengan Produksi Kopi
Di Negara Penghasil Kopi Terbesar Pada Tahun 2018-2019**

No	Negara	Produksi (dalam ribu kantong)	Konsumsi (dalam ribu kantong)	Presentase
1.	Kolombia	13,858	1,791	12,93%
2.	Brasil	62,925	22,250	35,36%
3.	Ethiopia	7,776	3,800	48,87%
4.	Vietnam	31,174	2,700	8,66%
5.	Indonesia	9,418	4,800	50,97%

Sumber : *Internasional Coffee Organization (ICO), 201*

Berdasarkan data yang diperoleh dari *International Coffee Organization*, konsumsi kopi domestik di Indonesia pada periode 2018-2019 mencapai 50,97 persen dari produksinya. Jumlah tersebut memperoleh posisi tertinggi dibandingkan negara penghasil kopi lainnya, seperti Brasil, Vietnam, Kolombia, dan Ethiopia. Pada periode tersebut, jumlah produksi kopi Indonesia sebesar 9.418 kantong berkapasitas 60 kilogram (kg) dan konsumsi kopi domestik mencapai 4.800 kantong. Sedangkan, jumlah produksi kopi Brazil sebesar 62.925 kantong dan konsumsi domestik hanya 22.250 kantong sehingga perbandingan konsumsi dan produksinya sebesar 35,36%. Dari data tersebut dapat diketahui tingginya konsumsi kopi

diIndonesia yang tentunya diiringi dengan berkembangnya kedai kopi dan coffe shop pada sejumlah daerah.

Saat Ini Coffee Shop sangat mudah ditemukan pada daerah perkotaan bahkan hingga pedesaan. Salah satunya yaitu Bielbin's Coffee yang berada Di Desa Kaliwenang Kecamatan Tanggung Kabupaten Grobogan. Bielbins coffe merupakan salah satu *coffee shop* yang mengusung konsep *cozy*. Istilah “*cozy*” berasal dari kata serapan bahasa Inggris yang berarti “nyaman”. Ketika memasuki kafe, pengunjung akan disuguhkan dengan berbagai furniture yang menonjolkan material natural seperti material berbahan kayu dengan berbagai aksesoris yang terkesan reot atau jadul serta suasana hangat yang didukung dengan penggunaan *hidden light* berwarna kuning. Tidak hanya itu, kapasitas tempat duduk pada kafe tersebut sengaja dibatasi agar pengunjung tidak terganggu dengan ramainya pengunjung lain. Hal itulah yang menjadikan kafe tersebut lebih nyaman.

Bilbien's Coffee bergerak di bidang wisata kuliner, seperti kopi, teh, susu, makanan berat, serta makanan ringan lainnya. Selain itu, Bilbien's Coffe juga rutin mengadakan live musik pada waktu-waktu tertentu. Akan tetapi, dengan adanya kafe-kafe baru di desa Kaliwenang mengakibatkan ketatnya persaingan, sehingga jumlah pengunjung Bilbiens Coffe mengalami penurunan secara signifikan dan berdampak pada penurunan pendapatan yang diperoleh. Hal tersebut menyebabkan belum tercapainya target penjualan Bilbien's Coffee. Berikut merupakan gambaran statistik data

pendapatan yang diperoleh Bilbien's Coffee selama kurang lebih 3 tahun kebelakang.

Tabel 1.2 Data Pendapatan Bilbien's Coffee tahun 2019-2021

No.	Tahun Pendapatan	Jumlah Pendapatan
1.	Juli 2019 – Maret 2020	Rp 13.000.000
2.	April 2020 – Desember 2020	Rp 11.000.000
3.	Januari 2021 – Desember 2021	Rp 8.000.000

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa angka pendapatan pada Bilbien's Coffee terjadi penurunan selama kurang lebih tiga tahun berturut-turut. Pada pertengahan bulan Juli 2019 sampai dengan Maret 2020 angka pendapatan Bilbien's Coffee masih stabil akan tetapi setelah adanya pandemi covid pendapatan menjadi menurun secara terus menerus sampai dengan akhir tahun 2021.

Dalam mengembangkan usaha di bidang industri makanan dan minuman, pengusaha tidak hanya bergantung pada *merchandise* dan kualitas produk yang dijual oleh kafe. Namun mereka juga harus berinovasi agar bisnis mereka diminati konsumen. Mengubah atau mendesain tempat usaha agar menarik bagi banyak konsumen, seperti menyiapkan peralatan yang tepat, menambahkan spot foto di berbagai sudut ruangan, menambahkan pajangan berupa gambar atau teks motivasi (Nikma dan Septiana, 2020).

Penurunan pendapatan pada suatu sektor usaha sangat berdampak negatif bagi pemilik usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan

oleh Zefanya Diva dan Mahesa (2020) yang menyatakan Jika produk tidak dapat dijual, produsen akan mengurangi volume produksi dan opsi terburuk adalah menghentikan produksi. Jika hal ini terjadi, maka akan berdampak pada tenaga kerja, ada pekerja yang dikurangi jam kerjanya dan ada juga yang di PHK. Hal ini mengakibatkan para tenaga kerja tidak mampu memenuhi kebutuhan sehari – hari, dari ketidakmampuan memenuhi kebutuhan sehari – hari akan berdampak menurunnya keputusan pembelian masyarakat. Hal tersebut dialami masyarakat Kabupaten Grobogan. Pada masa pandemi covid-19 pendapatan masyarakat Grobogan mengalami penurunan. Hal tersebut dibuktikan dengan data dari Badan pusat statistik (BPS) Jawa Tengah mengenai jumlah penduduk miskin di Kabupaten Grobogan yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.3 Data Kemiskinan Masyarakat Kabupaten Grobogan.

Kabupaten/Kota	Jumlah Penduduk Miskin (Ribu jiwa)		
	2019	2020	2021
Grobogan	161,90	172,26	175,72

Sumber: BPS Jawa Tengah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah penduduk miskin di kabupaten Grobogan pada tahun 2019 hingga tahun 2021 mengalami peningkatan sebanyak 0,37% dalam setiap tahunnya.

Solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah membuat produk yang sesuai dengan target pasar dan harga yang disesuaikan dengan kemampuan konsumen.

Tidak hanya pendapatan, tetapi juga gaya hidup merupakan salah satu faktor penentu yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut penelitian Maryati (2013), gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam gaya hidup, penampilan adalah segalanya. Saat ini kedai kopi atau kafe tidak hanya dijadikan sebagai tempat untuk minum kopi. Akan tetapi juga sebagai tempat untuk bertemu klien, bertemu teman, bertemu pasangan hingga dijadikan tempat untuk belajar bersama bagi kalangan pelajar. Hal tersebut timbul karena adanya sebuah gaya hidup baru yang berdampak pada berkembangnya trend minum kopi atau berkumpul di coffee shop (Syaloom dkk, 2021). Bukan tanpa alasan masyarakat menjadikan coffee shop sebagai pilihan tempat untuk berkumpul, melainkan di coffee shop konsumen mendapatkan pelayanan yang bagus, serta fasilitas yang disediakan seperti *Wi-Fi*, *AC* dan *ambience* yang menarik. Hal itu membuat konsumen nyaman untuk melakukan aktivitas berkumpul di kafe.

Penelitian lain terkait pendapatan mempengaruhi keputusan pembelian juga dilakukan oleh (Amelda dkk, 2022) yang menyatakan dengan adanya penurunan pendapatan maka dapat disimpulkan bahwa terjadi penurunan dalam hal keputusan pembelian konsumen. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mila dkk. (2022) yang menyatakan Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan kartu kredit BCA. Semakin tinggi pendapatan, maka kecenderungan masyarakat untuk menggunakan kartu kredit BCA akan semakin tinggi, Gaya hidup juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan kartu kredit BCA. Semakin tinggi gaya hidup pada

masyarakat, maka kecenderungan untuk menggunakan kartu kredit BCA akan semakin tinggi serta Kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan kartu kredit BCA. Semakin tinggi kebutuhan yang timbul, maka kecenderungan masyarakat untuk menggunakan kartu kredit BCA akan semakin tinggi.

Menurut Sukirno (dalam Budi dan Fortuna 2015) mengatakan bahwa pendapatan merupakan salah satu faktor terpenting yang dapat memengaruhi sebuah permintaan. Semakin tinggi pendapatan maka semakin banyak permintaan. Sebaliknya, semakin rendah pendapatan maka semakin rendah pula permintaan. Besar kecilnya pendapatan seseorang berpengaruh terhadap kemampuan daya beli seseorang. Dalam hal ini konsumen mempunyai pertimbangan tersendiri sebelum memutuskan dalam melakukan pembelian suatu produk terkait besar kecilnya pendapatan yang diterima. Jika dilihat dari latar belakang pekerjaan masyarakat desa Kaliwenang yang sebagian besar bekerja sebagai buruh pabrik dengan upah antara 1.800.000 sampai 2.500.000 perbulan, maka penghasilan diatas 2 juta perbulan termasuk dalam kategori cukup sedangkan penduduk yang berpenghasilan dibawah 2 juta dikategorikan sebagai penduduk yang kekurangan (Suhariyanto 2020). Tasya dkk. (2021) menjelaskan bahwa terdapat beberapa kasus yang dialami perusahaan adalah tidak lakunya produk yang dijual karena ketidakmampuan konsumen terkait pembelian produk yang melebihi jangkauan konsumen. Hal ini mengakibatkan perlunya menyesuaikan tarif harga dengan melihat latar belakang pendapatan penduduk.

Selain penelitian yang sudah dijabarkan diatas terdapat beberapa penelitian yang mempunyai hasil bertolak belakang dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dhimas dkk (2018). Hasil yang didapatkan variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian akan tetapi variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini diketahui pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian. Hal ini berarti variabel gaya hidup paling dominan atas keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa, meningkatnya keputusan pembelian dapat ditunjang dengan gaya hidup masyarakat yang selalu ingin terlihat trend dan selalu mengikuti perkembangan zaman.

Penelitian lain terkait gaya hidup yang juga memiliki hasil bertolak belakang dengan penelitian terdahulu adalah penelitian dilakukan (Frista govinda dkk,2020) didapatkan hasil bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tiket.com. seingga berdasarkan hasil tersebut bahwa tidak ada kaitan ntara gaya hidup dengan keputusan pembelian pada masyarakat sehingga hipotesis penelitian di tolak. Sehingga dapat dilakukan penelitian lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian yang bertolak belakang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian lanjut yang berjudul

“Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan pembelian di Bilbiens Coffee Grobogan”.

B. Identifikasi Masalah

Menurunnya jumlah pendapatan Masyarakat Grobogan dan mengakibatkan turunnya keputusan pembelian di Bilbien’s Coffe Grobogan.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah pendapatan mempengaruhi keputusan pembelian di Bilbien’s coffe Grobogan?
2. Apakah gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian di Bilbien’s coffe Grobogan?
3. Apakah pendapatan dan gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian di Bilbien’s coffe Grobogan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian di Bilbien’s coffe Grobogan.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Bilbien’s coffe Grobogan.
3. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian di Bilbien’s coffe Grobogan?

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan dan pendidikan tentang pengaruh salah satu variabel independen yang berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

1. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat sebagai salah satu wahana dalam penerapan teori-teori yang diperoleh selama menjalani studi di Universitas PGRI Semarang.

2. Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini diharapkan untuk lebih mengetahui pengaruh pendapatan dan gaya hidup untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi masyarakat luas.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

HALAMAN SAMPUL SKRIPSI

HALAMAN PENYELESAIAN BIMBINGAN

HALAMAN PENGESAHAN

MOTO DAN PERSEMBAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN TUISAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Identifikasi Masalah

C. Rumusan Masalah

D. Tujuan Penelitian

E. Manfaat Penelitian

F. Sistematika Skripsi

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

B. Landasan Teori

C. Hipotesis Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Desain Penelitian
- B. Populasi dan Sampel
- C. Definisi Operasional
- D. Teknik Instrumen Pengumpulan Data
- E. Validitas dan Reliabilitas Instrumen
- F. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Umum Objek Penelitian
- B. Hasil Penelitian dan Analisis Data
- C. Pembahasan

BAB V PENUTUP

- A. Simpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian ini dimaksudkan untuk menimbang urgensi penelitian ini, dengan mempertimbangkan keberadaan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Idealnya, penelitian ini tidak mengulang penelitian yang telah ada sebelumnya, serta melakukan perbaikan dan penyempurnaan bagi penelitian yang telah ada. Penelitian terdahulu juga sekaligus menjadi referensi ilmiah bagi penelitian ini dalam merancang kerangka konseptual dan metodologis yang tepat.

Penelitian yang relevan diantaranya yang dilakukan oleh Vourtdacsbelin, V, F., Agus, S, S., & Yantje, U,. (2014) dengan judul “Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menggunakan produk Asuransi Prudential Di Kota Manado” menunjukkan bahwa gaya hidup dan pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Asuransi Prudential di kota Manado. Relevansi dengan penelitian ini adalah konsep gaya hidup. Pada penelitian ini konsep gaya hidup yang tunjukan melalui aktivitas, minat dan opininya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga menarik untuk dijadikan rujukan dalam penelitian ini. Perbedaan dari penelitian ini adalah karakteristik objek penelitian dan teori yang digunakan dalam menentukan tahap keputusan pembelian yaitu

pengenalan kebutuhan, pencarian, konsumen, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Kotler dan Keller: 2009)

Penelitian ketiga dilakukan oleh Dimas, D, L., & Donant, A, I.(2018) dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm KBC”, menunjukkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 0,508 dan gaya hidup paling mendominasi atas keputusan pembelian helm KBC dengan nilai t hitung 13,198. Relevansi dalam penelitian ini adalah konsep gaya hidup yaitu aktivitas, minat dan opini. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini pada kasus penelitian yang diteliti yaitu penjualan helm KBC.

Penelitian yang dilakukan oleh Tanti Dwi Hardiyanti (2019) dengan judul “Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Manusia Kecamatan Medan Perjuangan” didapatkan hasil bahwa secara parsial variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat kecamatan Medan Perjuangan, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Relevansi dalam penelitian ini terletak pada konsep pendapatan yaitu mengenai indikator pendapatan yang dibagi menjadi tiga, pertama pendapatan pokok, pendapatan tambahan serta pendapatan lain-lain. (Rilla Rida, 2014). Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel dependen yang digunakan. Penelitian tersebut menggunakan variabel dependen berupa pola konsumsi, sedangkan dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembelian.

Imam, T. E., Kemal, F. M., & Yuhronur, E. (2020) dengan judul “Analisis Faktor Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik pada UD.DEWI SRI Elektronik Lamongan”. Hasil penelitian menunjukkan gaya hidup dan pendapatan berpengaruh terhadap produktivitas keputusan pembelian. Relevansi pada penelitian ini adalah konsep keputusan pembelian khususnya mengenai indikator keputusan pembelian yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong (2016), diantaranya adalah pilihan produk, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, serta metode pembayaran. Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada kasus penelitian yang diteliti yaitu pembelian barang Elektronik pada UD. Dewi Sri Elektronik Lamongan. Selain itu perbedaan juga terlihat pada teori pendapatan yang digunakan, penelitian tersebut menggunakan teori dari Sukirno (2019) sedangkan penelitian ini menggunakan teori dari Ridha (2014).

Johanna, Roshinta (2022), dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup dan pendapatan Terhadap keputusan Pembelian Starbucks Coffee di Center Point Medan” bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian. Konsep yang sama mengenai objek dan indikator penelitian yang sama yaitu gaya hidup, pendapatan, dan keputusan pembelian. Latar belakang penelitian ini tentang perkembangan globalisasi ekonomi yaitu menjamurnya tempat makan seperti *Coffe shop* yang diteliti tentang pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian, sehingga peneliti tertarik melakukan

penelitian dengan variabel dan produk yang sama. Perbedaan dari penelitian ini adalah populasi penelitian ini tidak dibatasi asal daerah pembeli.

B. Landasan Teori

1. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Menurut Kotler & Armstrong (2016:177), Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Dari beberapa definisi di atas penulis menyimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu konsep dari perilaku konsumen baik individu, kelompok ataupun organisasi dalam melakukan penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif yang ada dan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

b. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting. Faktor-faktor ini sangat penting untuk diketahui oleh pelaku usaha agar dapat menentukan strategi yang akan diterapkan. Seperti yang telah dikemukakan oleh Kotler bahwa

perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

1) Faktor budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang sangat luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen, mencakup budaya, sub budaya dan kelas sosial konsumen.

2) Faktor sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.

3) Faktor pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

4) Faktor psikologis

Faktor psikologis yang mempengaruhi pilihan pembelian seseorang yang terdiri dari empat faktor, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap.

c. Indikator keputusan pembelian

Kotler & Armstrong (2016), mengemukakan keputusan pembelian memiliki indikator sebagai berikut:

1) Pilihan produk

Sebelum melakukan keputusan pembelian seorang konsumen selalu memilih apa nama merk dari produk tersebut dan dari mana produk tersebut dibuat.

2) Pilihan penyalur

Sebelum menentukan keputusan pembelian para konsumen juga biasanya akan menilai siapa penyalur barang atau produk tersebut.

3) Waktu pembelian

Seorang konsumen akan menentukan waktu pembelian apabila barang yang dibutuhkan atau yang diinginkan ingin dibeli oleh konsumen tersebut.

4) Jumlah pembelian

Konsumen akan memutuskan jumlah pembelian apabila konsumen tersebut sudah membuat keputusan pembelian suatu barang atau produk suatu perusahaan.

5) Metode pembayaran

Setiap keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen uang adalah alat tukar untuk mendapatkan produk tersebut.

Indikator tersebut berkaitan dengan penelitian dan digunakan sebagai penyusun kuisioner penelitian, karena untuk melihat proses pengambilan keputusan oleh konsumen Bilbiens Coffee.

2. Pendapatan

a. Definisi Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya). Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Reksoprayitno (2004) mendefinisikan bahwa pendapatan dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan faktor penentu konsumsi masyarakat. Semakin tinggi pendapatan seorang konsumen maka semakin tinggi daya belinya untuk dikonsumsi sehingga permintaan terhadap barang akan meningkat. Sebaliknya, jika semakin rendah pendapatan maka semakin rendah pula daya beli konsumen, dan akhirnya permintaan terhadap barang untuk dikonsumsi juga menurun.

b. Menentukan Pendapatan

Menurut pendapat dari Rihda (2014) Pendapatan dibagi menjadi tiga, yaitu pendapatan pokok, pendapatan tambahan dan pendapatan lainnya, sebagaimana dijabarkan sebagai berikut,

- 1) Pendapatan pokok adalah pendapatan yang bersifat periodik atau semi periodik. Jenis pendapatan ini merupakan sumber pokok yang bersifat permanen.
- 2) Pendapatan tambahan adalah pendapatan rumah tangga yang dihasilkan anggota rumah tangga yang bersifat tambahan, seperti membuka usaha sampingan.
- 3) Pendapatan lain-lain adalah pendapatan yang tidak terduga. Pendapatan lain-lain berupa bantuan dari orang lain, ataupun bantuan yang diberikan oleh pemerintah

3. Gaya Hidup

a. Definisi Gaya Hidup

Menurut Setiadi (2013:80) gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang di identifikasikan oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya(ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat). Adapun menurut Minor dan Mowen dalam Yuniarti (2015:27) gaya hidup adalah menunjukkan cara orang hidup, cara membelajakan uangnya, dan cara seseorang mengalokasikan waktunya.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan suatu pola tingkah laku seseorang

dalam mengekspresikan diri melalui aktifitas yang berkaitan dengan kemampuan atau penampilannya.

Teori tersebut berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, yaitu konsumen membeli sesuatu sesuai kebutuhan, kemampuan serta atas dasar gaya hidup.

b. Indikator gaya hidup

Menurut Kotler dan Amstrong (2007:170), ada tiga indikator yang mencirikan gaya hidup yaitu:

- 1) Aktivitas adalah meminta kepada konsumen untuk mengidentifikasi apa yang mereka lakukan, apa yang mereka beli dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka.
- 2) Minat adalah memfokuskan pada preferensi dan prioritas konsumen.
- 3) Opini adalah menyelidiki pandangan dan perasaan mengenai topik-topik peristiwa dunia, lokal, moral ekonomi dan sosial.

Indikator digunakan dalam penelitian karena berkaitan dengan konsep penelitian pada responden dalam melakukan kegiatan pembelian berdasarkan minat yang didukung oleh pendapat responden itu sendiri mengenai suatu produk.

4. Pemasaran

Menurut Kotler dalam Lukitaningsih (2013) mengungkapkan bahwa pemasaran merupakan proses sosial yang ada pada diri individu maupun kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan

dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Sesuai dengan kondisi Bilbiens Coffee Desa Kaliwenang Kecamatan Tanggunharjo Kabupaten Grobogan yang banyak menawarkan berbagai produk makanan serta minuman bernuansa kopi serta tempat yang nyaman.

5. Perilaku konsumen

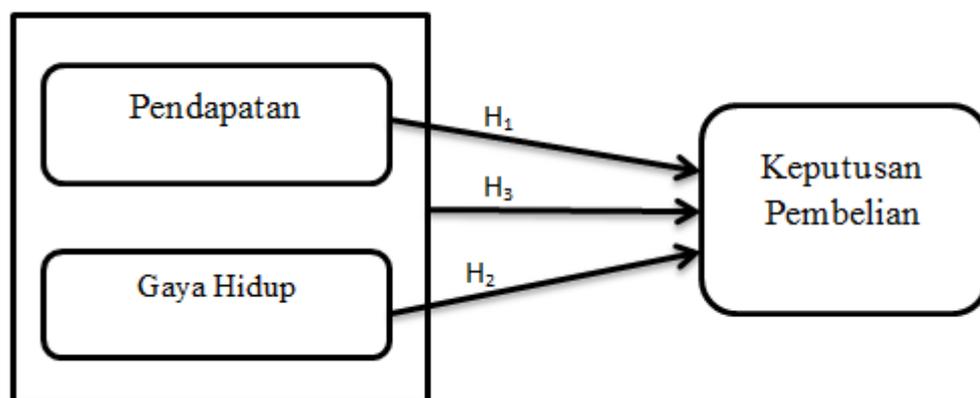
a. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang – barang dan jasa – jasa tersebut didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan – kegiatan tersebut Dharmmesta dan Handoko (2000) dalam Asih (2008).

Hubungannya dengan keputusan pembelian suatu produk atau jasa, pemahaman mengenai perilaku konsumen meliputi jawaban atas pertanyaan seperti apa (*what*) yang dibeli, dimana membeli (*where*), bagaimana kebiasaan (*how often*) membeli dan dalam keadaan apa (*under what condition*) barang – barang dan jasa –jasa dibeli. Keberhasilan perusahaan dalam pemasaran perlu didukung pemahaman yang baik mengenai perilaku konsumen, karena dengan memahami perilaku konsumen perusahaan dapat merancang apa saja yang diinginkan konsumen.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir yang disusun penulis terdiri dari variabel independen dan dependen. Variabel independen terdiri dari pendapatan dan gaya hidup sedangkan variabel dependen yaitu keputusan pembelian di Bielbien's coffe. Kerangka berfikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Dimas :2018; Hardiyanti 2019 dst

Tingkat pendapatan dan gaya hidup seseorang sangat penting mendukung seseorang dalam menentukan keputusan pembelian. Dengan pendapatan yang baik dan meningkat maka keputusan pembelian semakin meningkat begitu pula demikian dengan gaya hidup, semakin tinggi seseorang dalam bergaul ataupun mengikuti trend masa kini maka gaya hidupnya juga akan berubah. Berdasarkan kerangka berfikir penelitian diatas maka dapat diketahui pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Bielbien's coffe. Kemudian hasil dari pengaruh kedua variabel tersebut akan dibandingkan dan akan diketahui mana yang lebih besar yang mempengaruhi keputusan pembelian.

D. Hipotesis penelitian

Menurut (Arikunto, 2010) hipotesis penelitian merupakan sebagai jawaban sementara terhadap masalah penelitian. Sampai dapat dibuktikan melalui data yang telah terkumpul. Mengapa dikatakan sebagai dugaan sementara karena dari apa yang telah dijelaskan diatas hanya berdasarkan teori yang relevan, dan belum berdasarkan fakta empiris yang dihasilkan dari pengumpulan data. Oleh karena itu, hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis mengenai rumusan masalah penelitian, dan bukan merupakan jawaban empiris yang berkaitan dengan data.

Berikut merupakan hipotesis dalam penelitian ini,

H₀1: Pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bilbien's Coffe Grobogan

H_a1: Pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bilbien's Coffe Grobogan

H₀2: Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bilbien's Coffe Grobogan

H_a2: Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bilbien's Coffe Grobogan

H₀3: Pendapatan dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bilbien's Coffe Grobogan

H_a3: Pendapatan dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bilbien's Coffe Grobogan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada penelitian kuantitatif dilakukan dengan cara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan rumusan masalah asosiatif dan bentuk hubungan kausal. Menurut Sugiyono (2015) rumusan masalah asosiatif adalah rumusan masalah penelitian yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan hubungan antar variabel bersifat sebab akibat, yakni hubungan variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).

Desain Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah atau data asli untuk mendeskripsikan keadaan populasi. Penelitian ini mengkaji tentang Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Bilbien's Coffe Grobogan.

2. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah pihak yang dijadikan sampel dalam penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh Masyarakat Grobogan yang berkunjung ke Bilbien's Coffe.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang digunakan untuk melakukan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Coffe shop Bilbien's Grobogan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah berkenaan dengan data bukan orang atau benda. Jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Menurut Sugiono Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Grobogan yang pernah berkunjung ke Bilbien's Coffe.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut (Sugiono,2001:73) Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini sampel diambil dengan teknik non-probability sampling, yaitu teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik pemilihan sampel non-probability samplingnya menggunakan sampling teknik sampling aksidental. Sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan sumber data. Selain itu teknik ini dipilih karena jumlah populasinya tidak diketahui dan tidak bisa dirinci secara pasti.

Untuk mendukung pernyataan diatas dalam penarikan sampel pada populasi yang jumlahnya tidak diketahui pasti dapat menggunakan rumus lemeshow(dalam sockidjo Notoatmodjo, 2018) yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1,96

$p = \text{Maksimal estimasi} = 50\% = 0,5$

$d = \text{alpha} (0,10) \text{ atau sampling error} = 10\%$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{(0,10)^2} = 95$$

Jadi dari hasil perhitungan diatas dengan menggunakan rumus lameshow, maka yang akan menjadi sampel penelitian adalah berjumlah 95 orang.

C. Definisi Operasional dan Pengumpulan Variabel

1. Definisi Operasional

Definisi operasioal menjelaskan bagaimana suatu variabel akan diukur serta alat ukur apa yang digunakan untuk mengukurnya. Definisi operasional mendiskripsikan variabel sehinggian bersifat spesifik (tidak berintegrasi ganda), terukur, menunjukkan sifat atau macam variabel sesuai dengan tngkat pengukurannya dan menunjukkan kedudukan variabel dalam kerangka teoritis. Berikut tabel operasional variabel.

Tabel 3.1 Definisi Operasional variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Pendapatan (X_1)	Banyaknya semua uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan hidup Rihda (2014)	1. Pendapatan Pokok 2. Pendapatan Tambahan 3. Distribusi Pendapatan	Skala likert
Gaya Hidup (X_2)	Banyaknya kebutuhan yang di lakukan seseorang untuk memenuhi kepuasan diri dalam hidupnya. Kotler dan Amstrong (2007:170)	1. Activity (Aktivitas) 2. Interest (Minat) 3. Opinion (Opini)	Skala likert

Keputusan pembelian (Y)	Banyaknya proses pemilihan dan penilaian barang untuk menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Kotler & Armstrong (2016)	<ul style="list-style-type: none"> b. Pilihan produk c. Pilihan penyalur d. Waktu pembelian e. Jumlah pembelian f. Metode pembayaran 	Skala likert
-------------------------	--	---	--------------

2. Pengumpulan Variabel

Berdasarkan uraian masalah, tinjauan teoritis dan hipotesis maka variabel dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel bebas (variabel independen) : pendapatan (X_1) serta Gaya hidup (X_2)
- b. Variabel terikat (variabel dependen) : keputusan pembelian (Y)

D. Teknik dan Instrument Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket atau kuisisioner. Kuisisioner yang digunakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan terkait dengan pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Bilbien's Coffe Grobogan.

Jenis kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner tertutup dengan alternatif jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Pertanyaan dalam kuisisioner disusun berdasar indikator yang tercakup pada setiap variabel penelitian yang diadopsi dan dikembangkan dari teori yang relevan. Kuisisioner digunakan untuk memperoleh data berkaitan dengan variabel dependen, variabel independen yang meliputi

variabel pendapatan dan variabel gaya hidup. Responden membutuhkan \surd (check list) pada setiap pertanyaan kuisisioner yang disusun berdasar skala likert.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Ghozali (2011), skala likert adalah skala yang berisi 5 tingkatan preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut :

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

E. Validitas dan Reliabilitas Instrument

1. Uji validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mendeteksi apakah angket atau kuisisioner sebagai alat ukur variabel penelitian, telah benar-benar mengukur. Sebagai alat ukur, angket atau kuisisioner seharusnya mampu mengukur aspek-aspek substantif yang merupakan indikator dari sebuah variabel penelitian (Wahyudin, 2015). Validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sah/tidaknya instrumen dari variabel.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS (Statistical Package for Social Science) 22.0 for Windows untuk menguji valid atau tidak valid. Uji validitas instrumen dalam

penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas (p value) dengan taraf signifikian 5% atau 0,05. Apabila $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ maka dapat dikatakan butir instrumen tersebut valid. Sebaliknya, apabila diperoleh $r_{Hitung} < r_{Tabel}$ maka dapat dikatakan butir instrumen tersebut tidak valid.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan memberikan angket berupa pernyataan kepada 25 konsumen Bielbien's Coffe secara acak sebagai syarat minimal untuk uji coba validitas. Hasil analisis uji validitas butir pernyataan untuk kuesioner Pendapatan, Gaya Hidup dan Keputusan pembelian dirangkum dalam tabel berikut:

a. Pendapatan

Tabel 3.2

Hasil uji validitas Pendapatan

No. Pertanyaan	r_{Hitung}	r_{Tabel}	Keterangan
1	0,554	0,396	Valid
2	0,586	0,396	Valid
3	0,458	0,396	Valid
4	0,627	0,396	Valid
5	0,451	0,396	Valid
6	0,569	0,396	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 6 butir pernyataan diperoleh nilai $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ 0,396. Dengan demikian 6 item pernyataan kuesioner Pendapatan dapat dikatakan valid.

b. Gaya Hidup

Tabel 3.3**Hasil Uji Validitas Gaya Hidup**

No. Pertanyaan	rHitung	rTabel	Keterangan
1	0,538	0,396	Valid
2	0,146	0,396	Tidak Valid
3	0,619	0,396	Valid
4	0,429	0,396	Valid
5	0,177	0,396	Valid
6	0,509	0,396	Valid
7	0,513	0,396	Valid
8	0,525	0,396	Valid

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa dari 8 butir pernyataan kuesioner Gaya hidup diperoleh nilai $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ 0,396. Dengan demikian dikumpulkan bahwa 6 butir pernyataan kuesioner Gaya hidup merupakan item-item pernyataan yang valid.

c. Keputusan Pembelian

Tabel 3.4**Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian**

No. Pertanyaan	rHitung	rTabel	Keterangan
1	0,407	0,396	Valid
2	0,495	0,396	Valid
3	0,160	0,396	Tidak Valid

4	0,605	0,396	Valid
5	0,427	0,396	Valid
6	0,454	0,396	Valid
7	0,432	0,396	Valid
8	0,413	0,396	Valid
9	0,579	0,396	Valid
10	0,167	0,396	Tidak Valid
11	0,550	0,396	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 11 butir pernyataan kuesioner Keputusan pembelian diperoleh nilai $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ 0,396. Dengan demikian dikumpulkan bahwa 9 butir pernyataan kuesioner keputusan pembelian merupakan item-item pernyataan yang valid.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mendeteksi apakah angket atau kuisisioner sebagai alat ukur variabel penelitian telah memberikan hasil pengukuran yang konsisten dari waktu ke waktu (Wahyudin, 2015). Dalam pandangan kuantitatif, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau

sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang berbeda (Sugiyono, 2017).

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas jawaban responden terhadap pertanyaan yang terdapat pada angket penelitian berkaitan dengan kestabilan jawaban yang diberikan oleh responden. Uji reliabel dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22 for windows. Hasil analisis reliabilitas akan diperoleh melalui uji statistic cronbach's alpha. Menurut kriteria Nunnally, suatu variabel dikatakan reliabel jika cronbach's alpha > 0.70 . Semakin nilai alphanya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya untuk masing-masing variabel (Ghozali, 2013).

Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan membagikan instrumen pernyataan ke 25 konsumen Bielbien's Coffe secara acak sebagai responden uji coba instrumen. Berikut disajikan perhitungan SPSS versi 22 nilai *Cronbach Alpha* tiap variabel untuk uji reliabilitas.

Tabel 3.5

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kesimpulan
Pendapatan	0,717	Reliabel
Gaya Hidup	0,789	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,730	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menggunakan uji koefisien cronbach alfa sebagaimana disajikan pada tabel diatas diketahui bahwa, nilai Cronbach Alpha untuk ketiga kuesioner tersebut terdiri Pendapatan, Gaya Hidup dan Keutusan Pembelian semuanya lebih dari 0,70. Oleh karen semua nilai cronbach Alpha $> 0,70$, maka semua kuesioner dapat dinyatakan reliabel. Sehingga semua instrumen (kuesioner) dapat dijadikan alat ukur penelitian.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Prasyarat Analisis

Uji prasyarat analisis digunakan untuk mengetahui apakah model regresi berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini memenuhi prasyarat atau tidak. Dalam penelitian ini, uji prasyarat yang digunakan adalah uji normalitas, uji linieritas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013). Model regresi dikatakan normal apabila distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini digunakan bantuan ala uji dengan aplikasi software IBM SPSS Statistic 21 dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan taraf signifikansi 0,05.

Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data yang digunakan memiliki distribusi normal dan sebaliknya apabila lebih kecil dari 0,05 maka data yang digunakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2013) uji linearitas digunakan untuk melihat spesifikasi model yang digunakan apakah sudah benar atau tidak. Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linear atau tidak. Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien signifikansi (Sig) dari *Deviation from Linearity* dan dibandingkan dengan α yang dipilih yaitu 0,05. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini yaitu jika nilai (Sig). Dari, *Deviation from Linearity* $> 0,05$ maka dapat dikatakan linear, tetapi jika nilai (Sig) dari *Deviation from Linearity* $< 0,05$ maka dapat dikatakan tidak linear.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2013). Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF). Nilai yang umum dipakai untuk

menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance > 0,10 dan bila VIF < 10 (Ghozali, 2013).

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Pada suatu model regresi yang baik adalah yang berkondisi homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, salah satu cara yang bisa digunakan adalah dengan menggunakan Uji Glejser. Jika probabilitas signifikansinya > 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas dalam persamaan regresi tersebut.

2. Uji Analisis Regresi Linear

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) Ghozali (2018). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

$b_1 b_2$ = koefisien regresi

X_1 = Pendapatan

X_2 = Gaya Hidup

e = Tingkat kesalahan (error)

b. Uji Hipotesis

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini diuji dengan regresi linier berganda. Adapun cara yang digunakan untuk menganalisis, yaitu :

1) Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali dalam Wiratna (2015), uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Apabila nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun kriteria sebagai berikut.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

2) Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Menurut Wiratna (2015), signifikan model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikan (sig) di mana jika nilai sig di bawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun kriteria adalah :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali dalam Wiratna (2015), koefisien determinasi (goodness of fit), yang dinotasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Deskripsi Responden

Berdasarkan data yang diperoleh dari pengunjung Bilbien's Coffee didapatkan berasal dari Kabupaten Grobogan.

Tabel 4. 1 Klasifikasi Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	prese ntase
1	9 - 16	1	1,2%
2	17 – 25	70	81,40 %
3	26 – 35	10	11,63 %
4	36 – 45	3	3,49%
5	lainnya	2	2,3%

Berdasarkan data pada tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa pengunjung Bilbien's coffe dengan rentan umur 17 – 25 tahun adalah 70 orang atau 81,40% dan rentan umur 26 – 35 tahun adalah 11,63%. Hal ini dikarenakan target pasar dari Bielbin's Coffee adalah anak muda usia tersebut

Tabel 4. 2 Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan

NO	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Mahasiswa	40	15,1%
2	Pegawai Negeri	2	2,3%
3	Pegawai Swasta	16	18,6%
4	Wiraswasta	8	9,3%
5	Belum Bekerja	13	1,2%
6	Wirausaha	3	2,3%
7	Buruh pabrik	3	46,5%
8	Masih Sekolah	5	3,49%
9	Lainnya	2	1,2%

Sumber : Data primer penelitian yang diolah (2022)

Berdasarkan data pada tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa pengunjung Joltown Bilbien's coffe memiliki pekerjaan bermacam-macam. Sebanyak 40 orang atau 46,5% merupakan buruh pabrik dan terbanyak lainnya adalah pegawai swasta 16 orang atau 18,6%. Hal ini dikarenakan Bilbien's Coffee yang cukup strategis. Karena dekat Beberapa pabrik yaitu pabrik Semen Grobogan dan pabrik Formosa Bag.

2. Sejarah Bilbien's Coffee

Awal mula salah satu alasan didirikan Coffee shop Bilbien's adalah adanya trend kafe dibidang wisata kuliner yang mempunyai konsep cozy dan terdapat live music yang membuat pengunjung nyaman serta menumbuhkan minat pengunjung untuk datang kembali ke kafe tersebut, sehingga melatarbelakangi pemilik mendirikan usaha dibidang coffee shop. Bilbien's coffee ini menekankan produk yang sering dicari atau diminati kalangan remaja seperti kopi teh, susu, makanan berat dan makanan ringan yang tentunya dengan harga yang mampu bersaing penuh dibidangnya engan mengedepankan kualitas produk yang baik dapat di pastikan kepercayaan konsumen akan terus berkembang.

Berdasarkan data yang diperoleh dari pengunjung Bilbien's Coffee didapatkan bahwa pengunjung Bilbien's yang paling mendominasi dengan rentan usia 20-30 tahun, yaitu sebanyak 70 orang atau 81,40% dan rentan usia 10-19 tahun sebanyak 25 orang atau 17,60%.

3. Profil Usaha Bilbien's Coffee

Nama usaha	: Bilbien's Coffee
Bentuk Usaha	: Coffee Shop
Tanggal Pendirian	: 15 Maret 2017
Alamat	: Kaliwenang Kecamatan Tanggunharjo Kabupaten Grobogan
No Handphone	: 08818528518

Pemilik : Yohan

4. Lokasi Usaha

Bilbien's coffe merupakan salah satu coffe shop yang berdiri sejak tahun 2017 Bilbien's coffe terletak di desa Kaliwenang Kecamatan Tanggunharjo kabupaten Grobogan. Bilbien's coffe menjual berbagai macam minuman, makanan berat dan makanan ringan seperti kopi, teh, susu, french fries, cireng, nasi goreng dan lain-lain.

5. Tujuan Usaha Bilbien's Coffe

Berdirinya usaha Bilbien's coffe memiliki tujuan yang didasarkan pada proses berdirinya usaha yaitu :

- a. Tujuan umum yaitu membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya terutama bagi masyarakat sekitar yang jauh dari perkotaan.
- b. Tujuan khusus yaitu mendapatkan hasil maksimum profit usaha.

B. Hasil Penelitian dan Analisa Data

Subyek penelitian ini adalah konsumen Bilbien's Coffe yang berjumlah 95 responden di bilbien's coffe. Data hasil penelitian terdiri dari dua variabel bebas (independent) yaitu variabel pendapatan (X_1) dan gaya hidup (X_2) dan variabel terikat (dependent) yaitu Keputusan Pembelian (Y).

1. Uji Prasyarat Analisa

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang bersangkutan berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat dikatakan normal. Untuk melakukan uji normalitas pada distribusi data digunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov* Ghozali (2013). Hasil uji normalitas dapat diketahui sebagai berikut.

Tabel 4.1
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,17391259
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,043
	Negative	-,062
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa besarnya nilai signifikansi (Sig) adalah sebesar 0,200. Oleh karena nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari 0,05, maka persebaran data residual pada model regresi telah berdistribusi normal. Maka

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat spesifikasi model yang digunakan apakah sudah benar atau tidak dan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linear atau tidak Ghozali (2013). Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien signifikansi (sig) dari *Deviation from Linearity* dan dibandingkan dengan α yang dipilih yaitu 0,05. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini yaitu jika nilai signifikansi (Sig) dari *Deviation from Linearity* $> 0,05$ maka dapat dikatakan linear, tetapi jika nilai signifikansi (Sig) dari *Deviation from Linearity* $< 0,05$ maka dapat dikatakan tidak linear. Hasil uji linearitas dapat diketahui berikut ini,

Tabel 4.2

Hasil Uji Linearitas (Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x1 Between (Combined)	511,402	14	36,529	3,167	,001
Groups Linearity	323,614	1	323,614	28,061	,000
Deviation from Linearity	187,788	13	14,445	1,253	,260
Within Groups	922,598	80	11,532		
Total	1434,000	94			

Berdasarkan tabel 4.2 hasil uji linearitas dapat diketahui nilai signifikansi (Sig) *Deviation from Linearity* sebesar $0,260 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara pendapatan (X_1) terhadap Keputusan pembelian (Y).

Tabel 4.3

Hasil Uji Linearitas (Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * Between (Combined)	654,013	14	46,715	4,791	,000
x2 Groups Linearity	451,552	1	451,552	46,314	,000
Deviation from Linearity	202,461	13	15,574	1,597	,103
Within Groups	779,987	80	9,750		
Total	1434,000	94			

Berdasarkan tabel 4.3 hasil uji linearitas dapat diketahui nilai signifikansi (Sig) *Deviation from Linearity* sebesar $0,103 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel Gaya Hidup (X_2) terhadap Keputusan pembelian (Y).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel dalam model regresi. Dalam pengambilan keputusan adalah jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 maka terjadi multikolinieritas

tetapi jika nilai *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas Ghozali (2013). Hasil uji multikolinieritas dapat diketahui sebagai berikut :

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
x1	,624	1,602
x2	,624	1,602

Berdasarkan tabel diatas hasil uji multikolinieritas dapat diketahui bahwa variabel Pendapatan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,624 dan nilai VIF sebesar 1,602, variabel Gaya hidup juga memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,624 dan nilai VIF sebesar 1,602. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel pendapatan dan gaya hidup memiliki nilai *tolerance* sebesar $> 0,10$ dan nilai VIF sebesar < 10 . Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas Ghozali

(2013). Dalam penelitian uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji glejser. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji glejser yaitu jika nilai signifikansi (Sig) $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas dan jika nilai signifikansi (Sig) $< 0,05$ maka terjadi heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastitas dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,164	1,509		1,096	,059
x1	,028	,084	,039	1,699	,080
x2	,089	,066	,063	1,889	,053

a. Dependent Variable: abs_res

Berdasarkan tabel diatas uji heterokedastisitas dengan uji glejser dapat diketahui nilai signifikansi (Sig) untuk variabel pendapatan sebesar $0,080 > 0,05$, nilai signifikansi untuk variabel gaya hidup $0,053 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga model regresi layak dipakai untuk menilai prediksi variabel dependen berdasarkan masukan dari variabel independen.

2. Uji Analisis Regresi Linear

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Hasil analisis regresi linear berganda dapat diketahui sebagai berikut :

Tabel 4.6

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,309	2,617		6,997	,000
	x1	,287	,146	,210	1,995	,043
	x2	,459	,114	,432	4,041	,000

a. Dependent Variable: y

Dari hasil uji diperoleh regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 18,309 + 0,287X_1 + 0,459X_2 + e$$

Keterangan :

Y = penjualan

α = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi untuk variabel X

X_1 = Pendapatan

X_2 = Gaya Hidup

e = eror

Persamaan yang diperoleh menunjukkan bahwa :

- b. Nilai Konstanta sebesar 18,309 artinya jika variabel pendapatan (X_1) dan variabel gaya hidup (X_2) diabaikan atau diasumsikan bernilai nol, maka variabel keputusan pembelian adalah sebesar 18,309.
- c. Nilai koefisien untuk variabel pendapatan (b_1) sebesar 0,287. Hasil ini menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sehingga apabila pendapatan konsumen meningkat, maka keputusan pembelian juga akan meningkat.
- d. Nilai koefisien untuk variabel gaya hidup (b_2) sebesar 0,457. Hasil ini menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sehingga apabila gaya hidup konsumen meningkat, maka keputusan pembelian juga akan meningkat.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur variabel-variabel dependen. Koefisien determinasi keseluruhan (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi yang diberikan oleh pendapatan dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Jika R^2 yang mendekati satu maka dapat dikatakan semakin kuat variasi variabel-variabel bebas menerangkan variabel terikat. Begitupun sebaliknya jika R tidak ada yang mendekati atau mendekati nol maka semakin lemah variasi variabel-variabel bebas menerangkan variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil uji koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,585 ^a	,342	,328	3,20160

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui nilai *Adjusted R*² = 0,328, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu

pendapatan (X_1) dan gaya hidup (X_2) mampu menjelaskan variabel dependen penjualan sebesar 32,8 % sisanya sebesar 68,2 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh signifikan variabel bebas yaitu pendapatan dan gaya hidup terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan SPSS 22. Dasar pengambilan keputusannya yaitu jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji hipotesis (uji t) secara parsial dapat diketahui sebagai berikut :

Tabel 4.8

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18,309	2,617		6,997	,000
x1	,287	,146	,210	1,995	,043
x2	,459	,114	,432	4,041	,000

a. Dependent Variable: y

Setelah melakukan uji t maka untuk menentukan t_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05, dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{tabel} = \left(\frac{\alpha}{2} ; n - k - 1 \text{ atau } df \text{ residual} \right)$$

$$t_{tabel} = \left(\frac{0,05}{2} ; 95 - 2 - 1 \right)$$

$$t_{tabel} = 0,025 ; 92$$

$$t_{tabel} = 1,98525 \text{ atau } 1,985.$$

Berdasarkan tabel hasil uji hipotesis parsial adalah sebagai berikut :

a. Pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian

Dari hasil pengujian pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,995 dan t_{tabel} 1,985 dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,043. Oleh karena nilai signifikansi (Sig) kurang dari 0,05 (< 5%) maka dapat dikatakan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Bielbien's Cofee.

b. Pengaruh Gaya hidup terhadap keputusan pembelian

Dari hasil pengujian pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,041 dan t_{tabel} 1,985 dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi (Sig) kurang dari 0,05 (<5%) maka dapat dikatakan bahwa H_{02} diterima dan H_{01} ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Bielbien's Coffe.

b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh signifikan variabel-variabel bebas yaitu pendapatan dan gaya hidup terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Cara pengambilan keputusan untuk uji F ini dapat diketahui dari tabel ANOVA yaitu apabila nilai signifikan $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan jika nilai signifikan $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak artinya tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji hipotesis (uji F) secara simultan dapat diketahui sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Hipotesis (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	490,975	2	245,488	23,949	,000 ^b
	Residual	943,025	92	10,250		
	Total	1434,000	94			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Selain melakukan uji F maka untuk menentukan F_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05, dengan rumus sebagai berikut

$$F_{tabel} = (k ; n - k)$$

Keterangan :

n : jumlah responden

k : jumlah variabel independen

Berikut ini adalah perhitungan F_{tabel} pada persamaan model regresi $F_{tabel} = (k ; n-k) = (2 ; 95-2) = 2 ; 93$ jadi, nilai F_{tabel} pada persamaan model regresi adalah 3,09.

Berdasarkan tabel hasil uji hipotesisi (uji F) secara simultan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 23,949 dan F_{tabel} 3,09 dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi (Sig) kurang dari 0,05 (< 5%) maka dapat dikatakan bahwa hipotesis pendapatan dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Bielbien's Coffe sebesar 23,949.

C. Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian ini berisi uraian yang memberikan makna pada hasil penelitian ini. Pemberi penafsiran ini akan didasarkan pada analisi data penelitian. Adapun pembahasan hasil penelitian dijelaskan sebagai berikut.

1. Pengaruh pendapatan (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 1,995 dan t_{tabel} 1,985 dengan signifikansi (Sig) sebesar $0,043 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa H_{a1} diterima dan H_{o1} . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Bilbien's Coffe.

Hal ini diartikan bahwa semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi pula keputusan pembelian para konsumen, sebaliknya semakin rendah pendapatan maka semakin rendah pula keputusan pembelian. Pendapatan adalah unsur pertama konsumen dalam menentukan keputusan pembelian karena jika konsumen tidak mempunyai pendapatan maka seseorang tersebut tidak akan melakukan keputusan pembelian, pendapatan merupakan faktor penentu dalam melakukan keputusan pembelian.

Secara rasional, konsumen akan memperhitungkan kesanggupan ekonomi sebelum melangsungkan transaksi agar terjadi keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran. Pendapatan merupakan honor yang diterima setiap individu sebagai timbal balik yang dibagikan atas jasa yang didapatkan oleh perusahaan yang nantinya akan dibelanjakan oleh penerima untuk segala keinginan serta kebutuhan hidupnya.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang menyatakan keputusan pembelian akan sebuah produk dipengaruhi oleh pendapatan ataupun uang saku seseorang, dimana variabel tersebut dapat menggambarkan besar

kecilnya produk yang mampu dikonsumsi. Teori tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan Johanna, Roshinta (2022), yang memberikan hasil bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penelitian tersebut sesuai dengan penelitian ini dimana berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Starbucks coffee.

Sejalan dengan penelitian Imam, T. E., Kemal, F. M., & Yuhronur, E. (2020) yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel pendapatan terhadap keputusan pembelian barang elektronik dengan probability tingkat kesalahan variabel $0,000 < 0,005$ koefisien regresi parsial menunjukkan nilai positif 2,450 yang dapat diartikan adanya pengaruh positif antara pendapatan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa pendapatan sangat mempengaruhi atau mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Solusi yang dapat meningkatkan keputusan pembelian di Bielbin's Coffee adalah dengan menyesuaikan harga sesuai dengan pendapatan masyarakat. Apalagi jika melihat lokasi coffee tersebut yang letaknya di sebuah desa, dengan berbagai latar belakang penghasilan yang berbeda sehingga diharapkan harga menu yang terdapat di Coffee tersebut mampu menyesuaikan pendapatan masyarakat Grobogan. Misalnya selain terdapat harga makanan minuman yang regular, Bielbin's coffee juga menyediakan menu Paket hemat sebagai contoh: Paket Hemat 1 (Coffee + french fries Rp. 20.000,00), dan Bielbin's coffee juga bisa menerapkan strategi harga

yang kompetitif dengan mengacu pada penggunaan data harga pesaing sebagai tolok ukur pemberian harga produk dibawah harga mereka, contoh di caffe sebelah harga French fries Rp.12.000, pemberaian harga di bielbien's coffe Rp. 10.000.

2. Pengaruh gaya hidup (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,041 dan t_{tabel} 1,985 dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Bilbien's Coffe.

Gaya hidup merupakan suatu pola tingkah laku seseorang dalam mengekspresian diri melalui aktivitas yang berkaitan dengan kemampuan atau penampilannya sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi gaya hidup konsumen maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian. Perubahan gaya hidup suatu kelompok akan mempunyai dampak luas pada berbagai aspek konsumen .

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dimas, D, L,. & Donant, A, I.(2018) yang diketahui bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat melalui hasil signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} $13,198 > t_{tabel}$ 1,982 artinya secara parsial variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang

dilakukan Dimas dkk (2018) yang menunjukkan hasil bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan meningkatnya keputusan pembelian dapat ditunjang dengan gaya hidup masyarakat yang selalu ingin terlihat trend dan selalu mengikuti perkembangan zaman.

Solusi yang dapat meningkatkan keputusan pembelian di Bilbien's Coffee terkait dengan gaya hidup adalah dengan memiliki fasilitas lengkap, tempat yang nyaman, serta memiliki desain kekinian sehingga dapat menarik minat pengunjung contohnya Bilbien's coffe mempertahankan ciri khas tempatnya jawa joglo, dan selalu memastikan kebersihan coffe, Bilbien's coffe juga sering mengadakan live musik terutama pada hari-hari tertentu.

3. Pengaruh pendapatan (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada variabel pendapatan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 23,949 dan nilai F_{tabel} 2,49. Selain itu nilai signifikan (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena nilai F_{hitung} sebesar $23,949 < F_{tabel}$ 2,49 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka hipotesis ke tiga yang artinya pendapatan dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Bilbien's Coffe.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Vourtdacsbelin, V, F., Agus, S, S., & Yantje, U., (2014) yang menyatakan bahwa pengujian regresi serentak (uji F) menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X₁) dan tingkat pendapatan (X₂) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan asuransi prudential di kota Manado. Hal ini ditunjukkan dari F hitung sebesar 28,835 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Dari hasil tersebut diperoleh solusi yang dapat meningkatkan keputusan pembelian di Bilbien's Coffee yaitu dengan memperhatikan harga menu yang disesuaikan dengan pendapatan masyarakat Grobogan serta dapat mempertahankan kualitas makanan dan minuman, tempat yang nyaman, serta memiliki desain kekinian.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pendapatan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Bilbien's Coffe. semakin tinggi pendapatan masyarakat maka keputusan pembelian jua akan meningkat
2. Gaya hidup (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Bilbien's coffe. Masyarakat selalu ingin terlihat trend dan mengikuti perkembangan zaman hal tersebut menyebabkan konsumsi masyarakat meningkat dan keputusan pembelian juga akan meningkat
3. Pendapatan (X_1) dan Gaya hidup (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan (Y) di Bilbien's Coffe. Artinya pendapatan daan gaya hidup masyarakat meningkat maka keputusan pembelian di Bilbien's coffe akan meningkat.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Untuk menambah informasi atau ilmu mengenai bauran pemasaran, diharapkan untuk mencari informasi tambahan seperti buku, jurnal atau sumber lainnya agar dapat memperoleh informasi lebih banyak.

2. Bagi Bilbien's coffe

Untuk meningkatkan penjualan diharapkan memperhatikan variabel-variabel yang mempengaruhinya agar tujuan usaha dalam meningkatkan penjualan dapat terealisasikan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti masih bersifat umum tanpa membedakan tingkat. Bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih baik dari pada ini, menggunakan variabel digital marketing, bauran pemasaran, tingkat ekonomi yang lebih rinci pada setiap tingkat.

4. Bagi pengembang ilmu pengetahuan

Diharapkan para pembaca lebih memahami secara spesifik tentang pendapatan, keputusan pembelian dalam berbagai jurnal, artikel maupun buku-buku penunjang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhianto, R., & Haryati, Y. T. (2016). Pengaruh Pendapatan Nelayan Perahu Rakit Terhadap Pola Konsumsi Warga. *Economics Development Analysis Journal*, 5(1), 32–27.
- Ariani, T. (2017). Penerapan Strategi Pembelajaran Ekspositori Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Fisika. *Jurnal Inovasi Dan Pembelajaran Fisika*, 4, 19–26. Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2 No 1, 107–118.
- Dwitami, A. G. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Penjualan dan Online Cunsumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik pada Marketplace Sociolla*.
- Edy, I. T., Mauladi, K. F., & Efendi, Y. (2020). *Analisis Faktor Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik Pada UD. Dewi Sri Elektronik Lamongan*. 19 no 1.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiyanti, T. D. (2019). *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan*.
- Kotler dan Keller. (2009). *Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm KBC. *Riset Manajemen Dan Bisnis*. 3 no 2, 155-164.

- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang Efektif sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13 no 2, 116–129.
- Luthfianto, D., & Suprihhadi, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6 Nomor 2(e-ISSN : 2461-0593), 1–18.
- Maryati, W. R. (2013). Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup dan Konsep Diri terhadap Keputusan Pembelian Produk Prabayar Simpati di Kebumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9.
- Muzdalifah, L., & Syafi'i, M. I. (2020). Pengaruh Pendapatan dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada PKL di Jalan Gading Fajar Pada Masa Pandemi Covid-19. *Greenomika*, 2 No 1, 1–9.
- Paendong, M., & Tielung, M. V. J. (2016). Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16 No. 04, 387–395.
- Polisoa, M. U., Andayani, S., & Manduwinarti, A. (2019). *Analisis Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Menggunakan Kartu Kredit BCA di Surabaya*.
- Putra, Y. F. P., & Muhlis. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Warkop 89 Mamuju. *MOVERE JOURNAL*, 2(1), 125–139.
- Putria, A. (2020). *Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga Muslim. Pembelian Starbucks Coffee di Center Point Medan*.
- Santika, Z. D., & Maulana, M. A. (2020). *Penurunan Pendapatan UMKM Akibat Covid-19. Jurnal Prosding*. 1(10), 154-157.
- Setiawan, Ahmad Ikhwan, (2002), “*Analisis Perilaku Konsumen dan Lingkungan Bisnis Sebagai Masukan Strategi Pemasaran Jasa : Studi Kasus Pada Warnet Pointer*”, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 2, No. 1, Mei 2002 Surakarta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suwarjeni, V. W., & Utami, L. R. (2015). Analisis Dampak Pembiayaan Dana Bergulir KUR (Kredit Usaha Rakyat) Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 22 No. 22.
- Utami, A. & Fortuna Z. (2015). Pengaruh Harga Pendapatan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di D’Kranji Residence Tahap II Bekasi Barat. *Jurnal Epigram*. 12 (2), 91-98.
- Wahyudin, A. (2015). *Penelitian Pendidikan Matematika*. Bandung: Refika Aditama.
- Wibowo, H. M. (2017). *Pengaruh Motivasi Pembelian dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Malang*.
- Wowor, S., Massie, J. D. D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Seruput Coffee Company Tomohon di Masa Pandemi. *Jurnal EMBA*, 9, 1472–1481.
- Yucha, N., & Safitri, S. N. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran, Suasana Kafe dan. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMAHA*, 3, 180–186.
- Yudistira, A. (2021). *Pengaruh Bandwagon Effect, Veblen Effect, dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Masa Pandemi Covid-19*.

LAMPIAN

Lampiran 1. Usulan Tema/Judul Skripsi dan Pembimbing


UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN
 Program Studi Pendidikan Ekonomi
 Jl. Gajah Raya No. 40 Semarang

USULAN TEMA/JUDUL SKRIPSI DAN PEMBIMBING

Yth. Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini,

N a m a : Asyharul Mu'ala

N P M : 18220017

bermaksud mengajukan tema skripsi dengan judul:

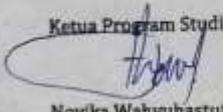
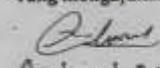
Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan
Pembelian di Bilbion's Coffee Grobogan

Selanjutnya, untuk penentuan dosen pembimbing skripsi kami serahkan sepenuhnya kepada Ketua Program Studi, dengan keputusan pembimbing:

1. Riyanto, S.E., M.Si
2. Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Si

Menyetujui, Semarang, 1 April 2022

Ketua Program Studi, Yang mengajukan,


 Novika Wahyuhastuti, S.E., M.Si
 NIP 197811192005012002 
 Asyharul Mu'ala

DAFTAR PEMBIMBING

1. Dr. Endang Wuryandini, M.Pd	6. Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Si
2. Antono Herry Purnomo Adhi S.E., M.Si	7. Riyanto, S.E., M.Si
3. Novika Wahyuhastuti, S.E., M.Si	8. Valdyan Driifanda, S.Pd., M.Pd
4. Dwi Prasetyo Hadi, S.E., M.Si	9. Dr. Mahmud Yunus, S.Pd., M.Pd
5. David Firna Setiawan, S.Pd., M.Pd	

Lampiran 2. Halaman Pengesahan Proposal

PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI

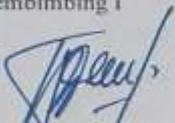
Proposal dengan judul "Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di Bilbien's Coffee Grobogan", disusun oleh :

Nama : Asyharul Mu'ala
NPM : 18220017
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Keolahragaan

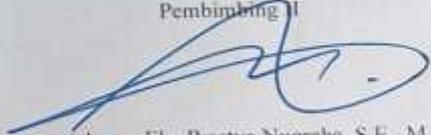
Telah disetujui dan disahkan pada :

Hari : Rabi
Tanggal : 13 Juli 2022

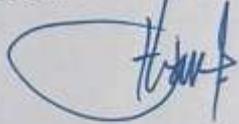
Pembimbing I


Riyanto, S.E., M.Si
NPP. 176401523

Pembimbing II


Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Pd
NPP. 158901497

Mengetahui,
Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi


Novika Wahyuhastuti, S.E., M.Si
NPP. 197811192005012000

Lampiran 3. Surat Permohonan Izin Penelitian

 UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN
Jl. Gajah Raya No. 40 Semarang, Telp : (024) 8316377, 8448217

Nomor : 137 /AM/FPISKR/X/2022
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Semarang, 19 Oktober 2022

Yth. Manager Bilbien's Coffee Grobogan
di Grobogan

Kami beritahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa kami :

Nama : ASYHARUL MU'ALA
N. P. M. : 18220017
Fak. / Program Studi : FPISKR / Pend. Ekonomi

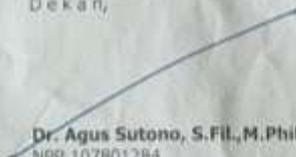
Akan mengadakan penelitian dengan judul :

PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BILBIEN'S COFFEE GROBOGAN

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon perkenan Bapak/Ibu memberikan ijin mahasiswa tersebut untuk melakukan penelitian.

Atas perkenan dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

D e k a n,


Dr. Agus Sutono, S.Pd., M.Pd.
NPP 107801284

Lampiran 4. Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Nomor Soal
Pendapatan (X_1)	Banyaknya semua uang yang diterima oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidup.	a. Pendapatan Pokok	1, 2
		b. Pendapatan Tambahan	3, 4
		c. Distribusi Pendapatan	5, 6
Gaya Hidup (X_2)	Banyaknya kebutuhan yang dimiliki seseorang untuk memenuhi kepuasan diri dalam hidupnya.	d. Activity (Aktivitas)	7, 8, 9
		e. Interest (Minat)	10, 11, 12,
		f. Opinion (Opini)	13, 14
Keputusan pembelian (Y)	Banyaknya proses pemilihan dan penilaian barang untuk menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.	g. Pilihan produk	15, 16
		h. Pilihan penyalur	17, 18
		i. Waktu pembelian	19, 20
		j. Jumlah pembelian	21, 22, 23
		k. Metode pembayaran	24, 25

Lampiran 5. Kuisisioner Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Nomor Soal
Pendapatan (X_1)	Banyaknya semua uang yang diterima oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidup.	a. Pendapatan Pokok	1, 2
		b. Pendapatan Tambahan	3, 4
		c. Distribusi Pendapatan	5, 6
Gaya Hidup (X_2)	Banyaknya kebutuhan yang dimiliki seseorang untuk memenuhi kepuasan diri dalam hidupnya.	d. Activity (Aktivitas)	7, 8, 9
		e. Interest (Minat)	10, 11, 12,
		f. Opinion (Opini)	13, 14
Keputusan pembelian (Y)	Banyaknya proses pemilihan dan penilaian barang untuk menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.	g. Pilihan produk	15, 16
		h. Pilihan penyalur	17, 18
		i. Waktu pembelian	19, 20
		j. Jumlah pembelian	21, 22, 23
		k. Metode pembayaran	24, 25

Lampiran 6. Lembar Angket Penelitian

Nama :

Alamat :

Umur :

Petunjuk Pengisian,

1. Bacalah setiap pernyataan dengan teliti.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada setiap kolom jawaban yang menurut anda paling sesuai.

Keterangan:

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. RR : Ragu-ragu
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Saya memperoleh pendapatan sesuai dengan harapan dan dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari.					
2	Saya merima pendapatan yang lebih banyak digunakan untuk kebutuhan pokok.					
3	Untuk menambah pendapatan, saya melakukan pekerjaan sampingan lainnya.					
4	Saya melakukan penambahan konsumsi ketika pendapatan bertambah.					

5	Saya selalu menyiapkan biaya untuk nongkrong di <i>coffee shop</i> ini.					
6	Saya memilih <i>coffee shop</i> sesuai dengan penghasilan.					
7	<i>Coffee shop</i> ini sangat cocok untuk nongkrong.					
8	Saya berkunjung ke kedai kopi ini untuk menghabiskan waktu luang.					
9	Saya menyukai racikan kopi di <i>coffee shop</i> ini.					
10	Kopi yang disediakan berkualitas sehingga menarik minat untuk selalu berkunjung.					
11	Saya merasa lebih percaya diri ketika nongkrong dan menikmati kopi di <i>coffee shop</i> ini.					
12	Saya datang ke <i>coffee shop</i> ini, ketika ingin minum kopi.					
13	Banyak produk yang ditawarkan di <i>coffee shop</i> ini.					
14	Saya suka berkunjung ke <i>coffee shop</i> ini karena pelayanannya bagus.					
15	Saya mengetahui <i>coffee shop</i> ini karena diajak teman.					
16	Saya memilih <i>coffee shop</i> ini karena waktu operasionalnya sampai pukul 12 malam.					
17	Pada waktu tertentu <i>coffee shop</i> ini sering mengadakan diskon.					
18	Saya selalu memesan kopi lebih dari					

	satu kali.					
19	Saya akan membeli produk <i>coffee shop</i> ini karena kualitasnya bagus.					
20	Jika saya ingin menikmati kopi favorit, maka selalu teringat <i>coffee shop</i> ini.					
21	Transaksi pembayarannya mudah.					

Lampiran 7. Tabulasi Uji Coba Pendapatan (X_1)

No	Pendapatan						Total X_1
	X_{1_1}	X_{1_2}	X_{1_3}	X_{1_4}	X_{1_5}	X_{1_6}	
1	5	4	5	5	5	4	28
2	5	5	5	5	5	4	29
3	5	4	3	5	4	5	26
4	4	2	5	5	5	1	22
5	5	4	4	4	4	5	26
6	4	4	5	5	4	4	26
7	3	5	5	5	3	3	24
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	3	5	5	5	5	28
10	4	3	3	4	3	5	22
11	5	2	5	3	3	4	22
12	3	4	3	3	4	4	21
13	5	4	5	4	3	3	24
14	5	5	4	4	3	5	26
15	5	3	5	4	4	5	26
16	5	4	4	2	5	4	24
17	5	4	5	4	4	4	26
18	2	3	4	4	2	3	18
19	4	4	3	3	5	4	23
20	3	4	4	5	2	5	23
21	3	3	5	3	5	5	24
22	4	2	4	1	3	2	16
23	4	5	5	4	5	5	28
24	4	4	3	3	5	2	21
25	4	5	5	5	4	4	27

Lampiran 8. Tabulasi Uji Coba Gaya Hidup (X₂)

No	Gaya Hidup								TOTAL X ₂
	X _{2_7}	X _{2_8}	X _{2_9}	X _{2_10}	X _{2_11}	X _{2_12}	X _{2_13}	X _{2_14}	
1	4	3	4	4	5	4	3	4	31
2	4	4	4	4	4	3	3	3	29
3	4	3	4	5	5	4	2	5	32
4	5	2	4	4	5	4	3	4	31
5	4	3	4	4	5	3	4	4	31
6	5	3	5	3	5	5	3	3	32
7	4	2	4	4	5	5	3	4	31
8	5	4	3	4	4	4	4	5	33
9	3	3	4	4	4	3	2	4	27
10	4	4	4	5	5	4	5	4	35
11	4	4	3	4	5	4	3	4	31
12	3	3	1	4	4	4	2	3	24
13	4	3	4	4	5	4	2	4	30
14	4	4	4	4	3	4	3	4	30
15	5	2	3	3	4	3	3	4	27
16	5	3	4	5	4	3	3	4	31
17	3	4	2	4	5	2	3	4	27
18	4	2	3	4	5	4	3	5	30
19	5	1	3	5	4	5	3	4	30
20	5	3	4	4	4	5	3	5	33
21	4	3	5	5	4	5	3	5	34
22	4	3	4	5	4	4	2	3	29
23	4	4	4	5	4	5	4	4	34
24	2	3	4	4	5	4	3	2	27
25	3	4	3	3	3	4	4	4	28

Lampiran 9. Tabulasi Uji Coba Keputusan Pembelian

No	Keputusan Pembelian											TOT AL Y
	Y_15	Y_16	Y_17	Y_18	Y_19	Y_20	Y_21	Y_22	Y_23	Y_24	Y_25	
1	5	5	3	3	4	3	4	4	5	4	4	44
2	4	3	2	4	4	2	2	3	4	4	4	36
3	4	4	3	5	3	5	4	4	5	5	4	46
4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	42
5	4	3	1	4	4	4	3	4	4	5	5	41
6	4	4	2	3	2	3	4	4	5	4	4	39
7	5	5	3	4	4	3	1	3	4	4	3	39
8	5	4	2	4	3	3	3	4	5	3	4	40
9	4	5	4	4	2	3	2	5	4	4	5	42
10	5	5	3	5	5	3	2	4	4	5	4	45
11	4	5	4	3	3	4	2	5	5	4	5	44
12	3	4	2	3	3	3	3	4	5	5	4	39
13	3	4	3	2	4	1	1	4	3	5	4	34
14	4	3	3	4	3	3	1	4	3	5	4	37
15	5	4	4	5	3	3	1	5	5	4	5	44
16	4	5	3	3	1	2	2	3	4	4	2	33
17	4	5	1	3	5	3	3	4	4	3	4	39
18	5	4	2	2	3	3	2	5	5	3	4	38
19	4	3	1	5	2	4	2	4	4	4	4	37
20	4	3	5	2	2	4	2	2	3	5	2	34
21	3	3	1	4	2	4	4	4	4	4	5	38
22	5	5	2	4	3	3	3	5	4	5	5	45
23	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	4	47
24	5	4	3	4	4	3	3	3	4	5	5	43
25	5	5	3	5	5	3	3	3	5	4	4	45

Lampiran 10. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL.X 1
X1.1	Pearson Correlation	1	,062	,204	,054	,297	,228	,554**
	Sig. (2-tailed)		,767	,328	,796	,150	,274	,004
	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.2	Pearson Correlation	,062	1	-,004	,372	,109	,318	,586**
	Sig. (2-tailed)	,767		,983	,067	,603	,121	,002
	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.3	Pearson Correlation	,204	-,004	1	,359	,082	-,032	,458*
	Sig. (2-tailed)	,328	,983		,078	,696	,879	,021
	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.4	Pearson Correlation	,054	,372	,359	1	-,003	,213	,627**
	Sig. (2-tailed)	,796	,067	,078		,989	,306	,001
	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.5	Pearson Correlation	,297	,109	,082	-,003	1	,034	,451*
	Sig. (2-tailed)	,150	,603	,696	,989		,873	,024
	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.6	Pearson Correlation	,228	,318	-,032	,213	,034	1	,569**
	Sig. (2-tailed)	,274	,121	,879	,306	,873		,003
	N	25	25	25	25	25	25	25
TOTAL.X L.X1	Pearson Correlation	,554**	,586*	,458*	,627**	,451*	,569**	1
	Sig. (2-tailed)	,004	,002	,021	,001	,024	,003	
	N	25	25	25	25	25	25	25

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup

		X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	TOTAL. X2
X2.7	Pearson Correlation	1	-,330	,267	,071	-,033	,270	,141	,434 [*]	,538 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,107	,196	,736	,877	,192	,502	,030	,006
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
X2.8	Pearson Correlation	-,330	1	-,017	-,026	-,222	-,255	,343	-,064	,146
	Sig. (2-tailed)	,107		,937	,901	,285	,219	,093	,760	,488
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
X2.9	Pearson Correlation	,267	-,017	1	,189	,120	,346	,090	,042	,619 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,196	,937		,365	,568	,090	,670	,841	,001
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
X2.10	Pearson Correlation	,071	-,026	,189	1	,041	,183	-,015	,196	,429 [*]
	Sig. (2-tailed)	,736	,901	,365		,844	,382	,945	,347	,032
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
X2.11	Pearson Correlation	-,033	-,222	,120	,041	1	-,049	-,035	-,053	,177
	Sig. (2-tailed)	,877	,285	,568	,844		,816	,868	,802	,397
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
X2.12	Pearson Correlation	,270	-,255	,346	,183	-,049	1	,075	,141	,509 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,192	,219	,090	,382	,816		,723	,502	,009
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
X2.13	Pearson Correlation	,141	,343	,090	-,015	-,035	,075	1	,157	,513 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,502	,093	,670	,945	,868	,723		,452	,009
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
X2.14	Pearson Correlation	,434 [*]	-,064	,042	,196	-,053	,141	,157	1	,525 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,030	,760	,841	,347	,802	,502	,452		,007
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25
TOTAL.X2	Pearson Correlation	,538 [*]	,146	,619 ^{**}	,429 [*]	,177	,509 ^{**}	,513 ^{**}	,525 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,006	,488	,001	,032	,397	,009	,009	,007	

Y.22	Pearson Correlation	-,060	,208	-,065	,096	-,088	,142	,029	1	,333	-,212	,655 [*]	,413 [*]
	Sig. (2-tailed)	,777	,317	,757	,649	,675	,498	,889		,104	,310	,000	,040
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Y.23	Pearson Correlation	,313	,375	-,101	,233	,077	,271	,495 [*]	,333	1	-,359	,260	,579 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,128	,065	,631	,262	,714	,190	,012	,104		,078	,209	,002
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Y.24	Pearson Correlation	-,209	-,163	,244	,170	,077	,120	,005	-,212	-,359	1	,033	,167
	Sig. (2-tailed)	,317	,437	,241	,417	,714	,567	,981	,310	,078		,875	,425
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Y.25	Pearson Correlation	,044	-,021	-,257	,343	,220	,163	,198	,655 [*]	,260	,033	1	,550 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,836	,922	,215	,093	,290	,435	,342	,000	,209	,875		,004
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
TOTAL Y	Pearson Correlation	,407 [*]	,495 [*]	,160	,605 [*]	,427 [*]	,454 [*]	,432 [*]	,413 [*]	,579 [*]	,167	,550 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	,043	,012	,445	,001	,033	,023	,031	,040	,002	,425	,004	
	N	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25

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

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

Hasil Uji Reliabilitas**Pendapatan**

Cronbach's Alpha	N of Items
,717	6

Hasil Uji Reliabilitas**Gaya Hidup**

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	8

Hasil Uji Reliabilitas**Keputusan Pembelian**

Cronbach's Alpha	N of Items
,730	11

Lampiran 11. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,17391259
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,043
	Negative	-,062
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Linearitas

ANOVA Table (Pendapatan terhadap keputusan Pembelian)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x1	Between Groups	(Combined)	511,402	14	36,529	3,167	,001
		Linearity	323,614	1	323,614	28,061	,000
		Deviation from Linearity	187,788	13	14,445	1,253	,260
Within Groups			922,598	80	11,532		
Total			1434,000	94			

ANOVA Table (Gaya hidup terhadap Keputusan Pembelian)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x2	Between Groups	(Combined)	654,013	14	46,715	4,791	,000
		Linearity	451,552	1	451,552	46,314	,000
		Deviation from Linearity	202,461	13	15,574	1,597	,103
Within Groups			779,987	80	9,750		
Total			1434,000	94			

3. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18,309	2,617		6,997	,000		
	x1	,287	,146	,210	1,961	,053	,624	1,602
	x2	,459	,114	,432	4,041	,000	,624	1,602

a. Dependent Variable: y

4. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,164	1,509		1,096	,059
	x1	,028	,084	,039	1,699	,080
	x2	,089	,066	,063	1,889	,053

a. Dependent Variable: abs_res

Lampiran 12. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,309	2,617		6,997	,000
	x1	,287	,146	,210	1,995	,043
	x2	,459	,114	,432	4,041	,000

a. Dependent Variable: y

Lampiran 13. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,585 ^a	,342	,328	3,20160

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Lampiran 14. Hasil Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F)

Coefficients^a (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,309	2,617		6,997	,000
	x1	,287	,146	,210	1,995	,043
	x2	,459	,114	,432	4,041	,000

a. Dependent Variable: y

ANOVA^a (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	490,975	2	245,488	23,949	,000 ^b
	Residual	943,025	92	10,250		
	Total	1434,000	94			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Lampiran 15. Hasil Angket Penelitian

Variabel Pendapatan (X_1)

No	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	TOTAL X1
1	4	3	3	2	5	3	20
2	3	2	2	3	5	2	17
3	3	3	3	3	3	3	18
4	4	1	3	1	5	1	15
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	4	4	5	4	4	26
7	5	3	4	3	2	5	22
8	4	3	5	5	5	4	26
9	2	4	4	5	3	4	22
10	5	5	4	3	4	3	24
11	3	3	3	3	3	3	18
12	3	4	3	5	1	4	20
13	4	2	2	3	2	4	17
14	4	5	4	5	5	4	27
15	3	2	4	3	5	4	21
16	4	4	1	3	2	4	18
17	4	4	4	3	3	4	22
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	4	4	2	22
20	4	3	3	3	3	4	20
21	5	4	5	4	4	3	25
22	3	4	4	2	3	5	21
23	1	3	2	5	4	4	19
24	3	3	4	4	3	4	21
25	1	3	5	4	4	3	20
26	5	4	2	4	2	4	21
27	4	3	4	3	5	5	24
28	3	4	4	3	4	4	22
29	4	5	3	4	4	5	25
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	5	4	3	5	25
32	3	5	3	5	4	3	23
33	4	5	3	4	4	5	25

34	3	4	5	3	5	4	24
35	4	5	4	5	3	3	24
36	5	4	4	4	3	4	24
37	4	3	5	5	4	3	24
38	3	4	3	4	3	3	20
39	3	4	5	4	5	2	23
40	3	5	4	4	4	4	24
41	2	4	3	5	4	5	23
42	2	4	3	4	5	4	22
43	2	2	2	3	5	4	18
44	4	3	5	5	4	4	25
45	2	2	3	4	2	3	16
46	4	3	4	4	4	4	23
47	3	4	4	3	4	4	22
48	4	5	3	2	3	4	21
49	3	3	4	3	3	3	19
50	4	4	4	4	4	3	23
51	4	3	4	3	4	3	21
52	3	5	5	3	3	4	23
53	3	4	4	5	3	4	23
54	4	3	4	3	3	4	21
55	4	4	4	2	3	4	21
56	4	3	5	2	4	2	20
57	3	3	4	4	3	3	20
58	2	4	4	3	4	5	22
59	3	2	5	4	4	4	22
60	4	5	4	2	2	2	19
61	2	4	4	2	2	2	16
62	4	3	2	3	3	4	19
63	4	4	5	2	4	4	23
64	5	3	5	4	5	5	27
65	3	2	4	3	4	4	20
66	4	4	4	2	2	3	19
67	4	3	4	5	2	4	22
68	4	3	4	5	2	4	22
69	3	3	4	4	2	3	19
70	4	5	2	2	3	4	20
71	4	4	4	2	4	4	22
72	4	4	4	3	4	4	23
73	2	4	3	5	3	3	20
74	4	2	4	2	3	3	18

75	3	4	4	4	4	4	23
76	4	5	4	4	4	4	25
77	4	3	4	5	4	2	22
78	3	4	2	3	4	4	20
79	5	4	3	4	5	4	25
80	4	5	4	4	4	4	25
81	4	5	3	4	4	2	22
82	4	4	5	5	5	5	28
83	4	4	4	2	2	4	20
84	4	4	3	2	4	2	19
85	3	4	5	4	3	4	23
86	4	5	4	4	2	4	23
87	4	2	4	3	3	3	19
88	3	4	2	5	3	5	22
89	5	4	5	4	4	2	24
90	3	3	3	3	4	3	19
91	3	4	4	4	1	4	20
92	4	4	4	4	2	4	22
93	3	3	4	4	2	3	19
94	4	5	2	2	3	4	20
95	4	4	4	2	4	4	22

Variabel Gaya Hidup(X₂)

No	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	X2_11	X2_12	TOTAL X2
1	2	5	2	2	1	3	15
2	4	2	1	3	2	4	16
3	3	3	3	3	3	3	18
4	3	1	3	4	3	2	16
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	3	4	5	4	2	23
9	4	4	4	4	4	4	24
10	5	1	4	3	3	2	18
11	3	3	3	3	3	3	18
12	4	4	4	4	4	4	24
13	2	3	5	4	5	2	21
14	4	5	5	4	5	4	27
15	5	5	5	5	5	5	30

16	1	1	5	5	4	4	20
17	5	3	4	4	4	3	23
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	5	4	4	4	4	25
21	4	4	4	4	4	4	24
22	3	4	5	3	4	4	23
23	2	3	4	4	4	4	21
24	2	4	4	2	3	3	18
25	5	3	5	4	4	3	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	5	4	4	5	5	28
28	4	4	5	5	4	4	26
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	5	4	5	4	4	26
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	3	5	4	5	5	27
36	2	5	5	5	5	5	27
37	5	3	5	2	5	5	25
38	5	5	4	5	3	5	27
39	5	4	3	5	1	5	23
40	4	2	2	4	3	4	19
41	4	5	5	4	4	5	27
42	4	5	4	3	2	4	22
43	3	3	3	3	3	3	18
44	5	4	5	4	4	4	26
45	5	3	2	4	2	3	19
46	4	5	4	1	3	3	20
47	3	3	4	4	4	3	21
48	4	2	3	3	2	2	16
49	3	3	3	4	3	3	19
50	4	3	4	4	4	4	23
51	3	3	3	4	3	4	20
52	3	3	3	3	3	3	18
53	4	5	4	3	4	4	24
54	3	4	5	4	2	4	22
55	4	3	3	4	4	4	22
56	2	4	3	5	2	4	20

57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	5	2	3	4	4	22
59	4	4	4	4	5	4	25
60	2	2	4	4	2	4	18
61	3	3	4	2	2	2	16
62	5	5	4	4	4	4	26
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	4	5	4	25
65	4	4	4	4	4	4	24
66	5	5	2	4	4	2	22
67	2	4	5	4	3	4	22
68	2	2	4	3	2	4	17
69	3	2	4	4	4	3	20
70	2	3	3	3	1	4	16
71	4	3	3	4	4	3	21
72	3	4	3	4	4	5	23
73	2	3	3	4	3	4	19
74	5	3	4	4	3	3	22
75	4	5	4	5	5	4	27
76	2	4	4	4	4	4	22
77	5	3	3	5	3	2	21
78	4	4	4	4	4	4	24
79	5	5	4	5	4	5	28
80	4	5	3	4	5	4	25
81	4	4	4	4	4	2	22
82	5	5	5	5	5	5	30
83	3	4	3	3	5	4	22
84	2	4	5	3	2	5	21
85	5	5	2	5	3	3	23
86	4	3	4	4	4	4	23
87	3	2	3	3	4	3	18
88	3	5	2	1	4	4	19
89	5	3	4	4	3	4	23
90	4	4	4	4	4	5	25
91	5	5	5	4	2	4	25
92	4	5	3	4	5	3	24
93	4	5	2	3	4	4	22
94	2	4	3	5	5	2	21
95	5	3	4	4	2	4	22

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	TOTALY
1	3	4	4	5	5	3	5	3	2	34
2	4	3	3	5	4	4	5	1	2	31
3	3	5	4	3	3	4	3	5	5	35
4	3	4	5	3	4	5	3	5	4	36
5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	41
6	4	5	4	5	4	2	4	3	4	35
7	5	4	5	4	3	4	5	4	4	38
8	5	5	4	4	5	5	4	3	2	37
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	2	3	4	3	4	5	2	5	3	31
11	4	2	3	5	3	4	3	3	5	32
12	4	5	4	3	4	5	4	5	4	38
13	3	2	4	2	4	5	2	3	4	29
14	4	3	4	5	4	5	5	3	5	38
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
16	2	5	5	4	5	4	1	4	5	35
17	4	2	4	4	4	3	4	3	4	32
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
19	4	5	4	4	2	4	4	3	4	34
20	3	4	3	3	4	3	2	3	5	30
21	4	3	4	3	5	4	5	5	4	37
22	2	3	5	4	3	5	4	4	3	33
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
24	4	3	5	3	4	3	5	3	5	35
25	4	2	4	3	4	2	4	4	5	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
27	2	4	4	1	3	5	2	3	5	29
28	4	4	4	4	4	2	4	4	4	34
29	4	3	5	4	3	4	4	5	5	37
30	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
31	5	5	5	5	5	5	2	5	5	42
32	5	5	5	5	5	3	5	5	3	41
33	4	5	4	4	5	4	3	3	4	36
34	5	3	5	5	5	5	5	4	4	41
35	3	4	5	4	2	4	4	3	3	32
36	4	3	3	5	5	2	3	5	3	33
37	4	3	5	3	3	5	4	4	5	36
38	5	5	3	4	5	2	5	5	5	39

39	5	5	5	5	2	5	5	3	5	40
40	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34
41	4	4	4	5	5	5	4	4	5	40
42	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
43	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
44	5	3	4	5	4	4	4	4	4	37
45	3	5	3	5	3	3	1	3	3	29
46	4	4	4	3	4	3	4	3	3	32
47	3	4	3	5	2	4	4	5	3	33
48	4	3	4	2	3	5	3	5	4	33
49	4	3	4	4	4	3	3	4	4	33
50	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
51	3	3	5	3	5	3	3	3	3	31
52	5	4	3	4	3	4	4	4	4	35
53	5	4	4	4	4	3	4	4	4	36
54	4	3	4	4	3	3	2	3	3	29
55	5	3	5	4	4	5	5	5	4	40
56	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
57	3	5	4	4	5	2	4	4	4	35
58	4	3	5	5	4	2	4	2	2	31
59	3	3	5	3	5	3	4	2	4	32
60	4	5	4	4	3	4	4	3	2	33
61	4	4	3	2	4	2	3	2	4	28
62	5	5	4	3	4	4	4	4	4	37
63	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
64	3	5	5	4	5	5	5	4	5	41
65	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
66	4	5	5	5	5	2	4	4	5	39
67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
68	4	5	4	3	4	4	4	3	4	35
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
70	2	3	2	4	4	3	4	4	4	30
71	4	5	3	4	4	4	4	3	4	35
72	3	4	5	2	4	3	3	4	1	29
73	4	3	4	5	3	2	3	4	4	32
74	5	4	3	3	4	4	4	4	4	35
75	4	4	4	5	4	3	4	4	4	36
76	4	4	2	4	4	4	4	4	4	34
77	4	4	5	3	4	3	4	4	4	35
78	3	5	4	4	5	5	5	5	5	41
79	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42

80	5	3	5	3	4	2	5	5	5	37
81	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
83	3	4	4	4	4	2	4	3	4	32
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
85	5	4	3	4	4	5	4	4	4	37
86	4	3	2	3	5	4	4	3	3	31
87	5	4	3	2	2	3	3	3	4	29
88	3	5	3	5	5	4	3	3	5	36
89	4	5	5	4	3	2	4	4	5	36
90	3	4	4	5	3	3	4	4	4	34
91	4	4	3	2	4	2	3	2	4	28
92	5	4	1	3	4	4	4	4	4	33
93	4	3	4	5	5	4	4	4	4	37
94	3	5	5	4	3	5	5	4	5	39
95	4	3	4	3	4	5	4	4	4	35

Lampiran 16. Data Input SPSS Penelitian

No	TOTAL X1	TOTAL X2	TOTAL Y
1	20	15	34
2	17	16	31
3	18	18	35
4	15	16	36
5	30	30	41
6	26	24	35
7	22	24	38
8	26	23	37
9	22	24	36
10	24	18	31
11	18	18	32
12	20	24	38
13	17	21	29
14	27	27	38
15	21	30	45
16	18	20	35
17	22	23	32
18	30	30	45
19	22	24	34
20	20	25	30
21	25	24	37
22	21	23	33
23	19	21	36
24	21	18	35
25	20	24	32
26	21	24	36
27	24	28	29
28	22	26	34
29	25	24	37
30	24	24	35
31	25	30	42
32	23	30	41
33	25	26	36
34	24	30	41
35	24	27	32
36	24	27	33
37	24	25	36
38	20	27	39

39	23	23	40
40	24	19	34
41	23	27	40
42	22	22	37
43	18	18	29
44	25	26	37
45	16	19	29
46	23	20	32
47	22	21	33
48	21	16	33
49	19	19	33
50	23	23	33
51	21	20	31
52	23	18	35
53	23	24	36
54	21	22	29
55	21	22	40
56	20	20	35
57	20	24	35
58	22	22	31
59	22	25	32
60	19	18	33
61	16	16	28
62	19	26	37
63	23	24	35
64	27	25	41
65	20	24	35
66	19	22	39
67	22	22	37
68	22	17	35
69	19	20	27
70	20	16	30
71	22	21	35
72	23	23	29
73	20	19	32
74	18	22	35
75	23	27	36
76	25	22	34
77	22	21	35
78	20	24	41
79	25	28	42

80	25	25	37
81	22	22	34
82	28	30	45
83	20	22	32
84	19	21	36
85	23	23	37
86	23	23	31
87	19	18	29
88	22	19	36
89	24	23	36
90	19	25	34
91	20	25	28
92	22	24	33
93	19	22	37
94	20	21	39
95	22	22	35

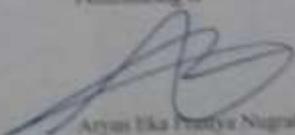
Lampiran 17. Rekapitulasi Proses Bimbingan Skripsi

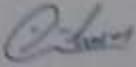

UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
 J. Gajah Raya No. 40 Semarang, (024) 8316377 Semarang 540317

REKAPITULASI BIMBINGAN SKRIPSI

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1.	20 Mei 2022	Mengajukan Judul	<i>AB</i>
2.	24 Mei 2022	Bimbingan bab 1	<i>AB</i>
3.	2 Juni 2022	Bimbingan bab 1	<i>AB</i>
4.	17 Juni 2022	Bimbingan bab 2	<i>AB</i>
5.	5 Juli 2022	Bimbingan bab 3	<i>AB</i>
6.	20 Juli 2022	Bimbingan bab 3 dan kesimpulan	<i>AB</i>
7.	27 Juli 2022	Bimbingan bab 3 dan kesimpulan	<i>AB</i>
8.	24 Agustus 2022	Bimbingan bab 3 dan kesimpulan	<i>AB</i>
9.	26 September 2022	Acc Proposal Skripsi	<i>AB</i>
10.	32 Oktober 2022	Bimbingan bab 4 dan 5	<i>AB</i>
11.	4 November 2022	Bimbingan bab 4 dan 5	<i>AB</i>
12.	9 November 2022	Acc Skripsi	<i>AB</i>

Semarang, 7 November 2022

Mengetahui,
 Pembimbing II

 Aryan Eka Pratiya Nugraha, S.E., M.Pd
 NPP. 158901497

Mahasiswa,

 Asyharul Mu'ala
 NPM 18220017



UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
 FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN
 PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
 J. Gajah Raya No. 40 Semarang, (024) 8316377 Semarang 8448217

REKAPITULASI BIMBINGAN SKRIPSI

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1.	19 Mei 2022	Mengajukan Judul	
2.	23 Mei 2022	Bimbingan bab 1	
3.	2 Juni 2022	Bimbingan bab 1	
4.	16 Juni 2022	Bimbingan bab 2	
5.	5 Juli 2022	Bimbingan bab 3	
6.	19 Juli 2022	Bimbingan bab 3 dan kuesioner	
7.	26 Juli 2022	Bimbingan bab 3 dan kuesioner	
8.	22 Agustus 2022	Bimbingan bab 3 dan kuesioner	
9.	26 September 2022	Acc Proposal Skripsi	
10.	31 Oktober 2022	Bimbingan bab 4 dan 5	
11.	3 November 2022	Bimbingan bab 4 dan 5	
12.	9 November 2022	Acc Skripsi	

Semarang, 7 November 2022

Mengetahui,

Pembimbing I

Riyanto, S.E., M.Si
 NPP. 176401523

Mahasiswa,

Asyharul Mu'ala
 NPM 18220017

Lampiran 18. Dokumentasi



