

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN (PADA CAFE NGAROPI KAMPUNG  
INGGRIS)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri



OLEH :

**YUNIKA AMELIA WIDYA SARI**

NPM : 21.1.20.10.149

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2025**

Skripsi oleh:

**YUNIKA AMELIA WIDYA SARI**  
NPM: 21.1.20.10.149

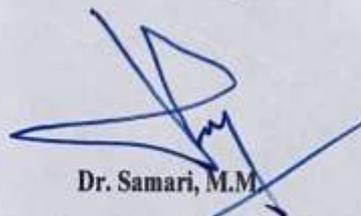
Judul:

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN (PADA CAFE NGAROPI  
KAMPUNG INGGRIS)**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang  
Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

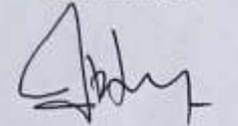
Tanggal: 4 Juli 2025

Pembimbing I



**Dr. Samari, M.M.**  
NIDN. 0712026201

Pembimbing II



**Sigit Ratnanto, M.M.**  
NIDN. 0706067004

Skripsi oleh:

**YUNIKA AMELIA WIDYA SARI**  
NPM: 21.1.20.10.149

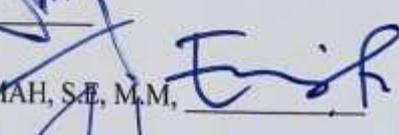
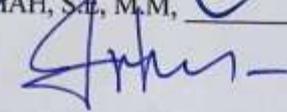
Judul:

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN (PADA CAFE NGAROPI KAMPUNG  
INGGRIS)**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Prodi MANAJEMEN FEB UN PGRI Kediri  
Pada tanggal: 8 Juli 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. SAMARI, S.E. M.M. 
2. Penguji I : Dr. EMA NURZAINUL HAKIMAH, S.E. M.M. 
3. Penguji II : SIGIT RATNANTO, S.T, M.M. 

Mengetahui,  
Dekan FEB



Dr. AMIN TOHARI, M.Si.  
NIDN. 0715078102

**PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Yunika Amelia Widya Sari  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tgl. lahir : Kediri/ 06 Juni 2002  
NPM : 21.1.20.10.149  
Fak/Jur./Prodi. : FEB/ S1 MANAJEMEN

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 4 Juli 2025

Yang Menyatakan

A 4000 Rupiah Indonesian postage stamp (METERAL TEMPEL) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '4000', and 'METERAL TEMPEL'. The serial number '4068AAJX014111001' is visible at the bottom.

**YUNIKA AMELIA WIDYA SARI**

NPM: 21.1.20.10.149

## MOTTO

*“Jika sesuatu tidak berjalan dengan apa yang kita mau, berarti kita sedang menjalankan apa yang Allah mau”*

*“Prestasi tidak menentukan mu sukses, tetapi sukses di tentukan oleh cara mu berproses”*

*“Takdir milik Allah, tapi usaha dan do’a milik kita. Terus berdo’a sampai bismillah menjadi alhamdulillah (QS. Ghafir ayat 60)”*

Kupersembahkan karya ini buat:

**Seluruh keluargaku tercinta.**

## ABSTRAK

**Yunika Amelia Widya Sari** Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Cafe Ngaropi Kampung Inggris), Skripsi, MANAJEMEN, FEB UN PGRI Kediri, 2025.

Kata kunci: gaya hidup, harga, kualitas pelayanan, keputusan pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Ngaropi Kampung Inggris.

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Adakah pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngaropi Kampung Inggris? (2) Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngaropi Kampung Inggris? (3) Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngaropi Kampung Inggris? (4) Adakah pengaruh gaya hidup, harga dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi keputusan pembelian di Cafe Ngaropi Kampung Inggris?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal, melibatkan 109 responden yang diperoleh melalui metode *accidental sampling*.

Penelitian menggunakan metode pengumpulan data, dengan wawancara, observasi langsung ke *cafe*, kuesioner kepada pengunjung di *cafe*.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) Gaya hidup (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). (2) Harga (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (3) Kualitas pelayanan (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (4) Secara simultan, variabel gaya hidup, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Cafe Ngaropi. Ketiga variabel ini secara bersama-sama membentuk persepsi, kepuasan, dan preferensi konsumen yang kemudian berdampak langsung terhadap keputusan untuk melakukan pembelian.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

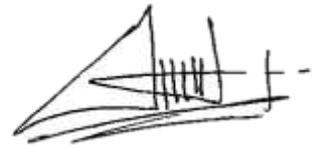
Skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Cafe Ngaropi Kampung Inggris)” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada Jurusan MANAJEMEN FEB UN PGRI Kediri. Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus- tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd., Selaku Rektor UNP Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dr. Samari, S.E. M.M., Selaku Dosen Pembimbing 1.
5. Sigit Ratnanto, S.T, M.M., Selaku Dosen Pembimbing 2.
6. Terkhususnya penulis persembahkan untuk Kedua Orang tua tercinta Ibu Winarsih dan Bapak Yusuf Ashari yang telah memberikan doa, nasehat serta motivasi semangat yang sangat berarti, dan atas cinta kasih yang selama ini penulis dapatkan.
7. Kepada Orang tua ketiga penulis Sutyem yang selalu mensupport dan memberikan motivasi, serta mendukung penuh apapun keinginan dan keputusan penulis.
8. Kepada yang tak kalah penting kehadirannya, Nofiyanto ANT III, berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Selalu menjadi penghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, dan memberi semangat untuk pantang menyerah.
9. Untuk kedua adik kandung saya, Nizam dan Zio yang selalu menjadi penghibur penulis dikala sedih maupun suntuk saat mengerjakan skripsi ini.

10. Untuk kakak saya Nanda. Abah saya Bapak. Niam yang selalu banyak memberikan masukan untuk penulisan skripsi ini. Sahabat saya Azizzah Aulya dan Anggi yang selalu memberi support dan membantu saya, serta teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan. Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samodra luas.

Kediri, 05 Juli 2025



YUNIKA AMELIA WIDYA SARI

NPM: 21.1.20.10.149

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Kajian Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Gaya Hidup.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Harga.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Kualitas Pelayanan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Kerangka Berpikir.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Kerangka Konseptual .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Variabel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

1. Identifikasi variabel penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Definisi Operasional Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Pendekatan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Teknik Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Tempat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Waktu Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Populasi dan Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Populasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Pengembangan Instrumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Validitas dan Reabilitas Instrumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
H. Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Analisis Deskriptif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Analisis Kuantitatif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>    1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>    2. Hasil Deskripsi Data Variabel .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>    3. Hasil Analisis Data .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>    4. Pembahasan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB PENUTUP.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>    1. Simpulan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>    2. Saran.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>

LAMPIRAN.....Error! Bookmark not defined.

### DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 2 Tabel Kisi-Kisi Kuisisioner Penelitian ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 3 Pedoman Pemberian Skor .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 4 Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel Harga.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 8 Pengujian Multikolinearitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Linier Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 10 Uji Koefisien Determinasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 11 Uji t ( Parsial).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 12 Hasil Uji-F (Simultan) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Cafe .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2. Tabulasi Data Angket penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 4. Output Uji Normalitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 5. Output Uji Multikolinearitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 6. Output Uji Heterokedastisitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 7. Output Analisis Regresi Linear Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	
Lampiran 8. Output Uji Koefisien Determinasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 9. Output Uji T.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 10. Output Uji F .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 11. Output Uji Distribusi Frekuensi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 12. Surat Izin Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 13. Surat Balasan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 14. Berita Acara Kemajuan Bimbingan.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 15. Dokumentasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting di dalam dunia bisnis, karena berfungsi sebagai pengenalan suatu produk dan jasa kepada konsumen. Dapat menciptakan adanya permintaan atau membangun hubungan yang baik secara berkelanjutan dengan konsumen. Pemasaran tidak hanya sebatas menjual produk dan jasa, tetapi juga tentang bagaimana suatu merek bisa di kenal, diingat, dipercaya dan akhirnya dipilih oleh konsumen. Strategi pemasaran yang baik mampu menghubungkan antara produk dengan kebutuhan konsumen, sehingga dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Pemasaran yang efektif menjadi salah satu kunci utama untuk memenangkan kompetisi bisnis. Melalui pemahaman tentang perilaku konsumen, segmentasi pasar, serta penggunaan teknologi perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Namun berbagai teori dan konsep pemasaran saat ini sudah berkembang pesat, juga masih banyak perusahaan yang menghadapi kesulitan dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat, terutama dalam konteks perubahan preferensi konsumen dan kondisi pasar yang dinamis.

Kemajuan teknologi juga memunculkan tantangan baru. Saat ini persaingan menjadi lebih intensif, sehingga perusahaan dituntut untuk bisa terus mengembangkan ide-ide kreatif dalam memasarkan produk mereka. Konsumen yang saat ini lebih terhubung dan terinformasi, memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas suatu produk dan layanan yang diberikan. Mereka tidak hanya menginginkan produk yang memuaskan, tetapi juga menginginkan pengalaman yang relevan dan menyenangkan.

Salah satu sektor bisnis yang merasakan dampak penting dari strategi pemasaran adalah industri kafe. Di dalam beberapa tahun terakhir, khususnya di

perkotaan kafe mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengapresiasi pengalaman kuliner dan tempat yang nyaman untuk bersosialisasi maupun bekerja. Zaman sekarang kafe tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati kopi dan makanan ringan, tetapi menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern.

Penting bagi pemilik kafe untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi bisnis mereka. Persaingan yang ketat di antara kafe-kafe ini memaksa para pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam memasarkan produk dan layanannya. Pemasaran yang efektif untuk kafe harus mempertimbangkan beberapa elemen seperti pengalaman konsumen, suasana kafe, kualitas produk dan layanan. Aspek alamiah kafe seperti suasana nyaman, interior yang estetis, juga konsep yang unik sering kali menjadi daya tarik yang membedakan dengan satu kafe dengan yang lainnya. Elemen-elemen ini mampu membentuk citra dan reputasi kafe, yang akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Pertumbuhan industri kuliner di Indonesia mengalami perkembangan pesat, salah satunya ditandai dengan menjamurnya usaha kafe di berbagai daerah. Tidak hanya di kota besar, tren ini juga merambah ke daerah pendidikan seperti Kampung Inggris, Pare, Kediri, yang dikenal sebagai pusat kursus bahasa Inggris. Kafe-kafe di daerah ini hadir tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, tetapi juga sebagai ruang sosialisasi, tempat belajar, bekerja, hingga bagian dari gaya hidup para pelajar dan wisatawan edukasi yang datang dari berbagai daerah.

Namun, kondisi ini menimbulkan tingkat persaingan yang semakin ketat antar kafe di kawasan Kampung Inggris. Setiap kafe berlomba-lomba menawarkan konsep unik, pelayanan terbaik, harga kompetitif, dan suasana yang mendukung aktivitas belajar atau bersantai. Di tengah banyaknya pilihan, konsumen menjadi lebih selektif dan kritis dalam memutuskan kafe mana yang akan dikunjungi. Mereka mempertimbangkan berbagai aspek, mulai dari kenyamanan tempat, harga, kualitas makanan dan minuman, pelayanan, hingga kesesuaian dengan gaya hidup mereka.

Keputusan pembelian dapat diartikan proses yang dilakukan oleh konsumen sebelum memilih dan membeli barang ataupun jasa setelah mempertimbangkan

berbagai faktor yang mempengaruhi. Menurut Tjiptono (2015:21), keputusan pembelian konsumen dapat diartikan sebagai suatu proses yang diawali dengan pengenalan terhadap permasalahan yang dihadapi oleh konsumen, diikuti dengan pencarian informasi terkait produk atau merek tertentu.

Gaya hidup berkembang pesat di era digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam aspek kehidupan. Kafe kini tidak hanya dianggap sebagai tempat menikmati kopi, tetapi bagian dari identitas dan ekspresi gaya hidup. Menurut Ekawati (2021: 64) Gaya hidup (life style) konsumen didefinisikan sebagai cara hidup konsumen dalam menghabiskan waktu, tenaga dan uang untuk segala sesuatu yang mereka anggap penting (pattern in which people live and spend time and money, Engel, Blackwell, dan Miniard, 1995 hal449).

Harga juga salah satu aspek penting bagi konsumen untuk menentukan keputusan pembelian. Menurut Limakrisna dan Purba (2017:72) menjelaskan bahwa harga, dalam pengertian yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada nominal uang yang diserahkan kepada penjual, melainkan juga mencakup aspek non-moneter seperti waktu, usaha pencarian, risiko psikologis, serta biaya tambahan yang mungkin timbul, seperti pembayaran asuransi untuk jaminan.

Kualitas pelayanan kafe juga menentukan keputusan pembelian konsumen. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan sering kali didasarkan pada perbandingan antara harapan mereka sebelum menerima pelayanan dan kenyataan yang mereka alami. Oleh karena itu, pengelolaan kualitas pelayanan yang baik sangat penting untuk mempertahankan dan menarik pelanggan baru. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2016:125) kualitas sebagai ukuran seberapa tingkat layanan yang diberikan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Dalam industri kafe, meskipun pelanggan sering kali datang untuk menikmati minuman dan makanan yang berkualitas, masih banyak keluhan yang muncul terkait dengan kualitas pelayanan yang kurang memadai. Keluhan-keluhan tersebut seringkali mencangkup staf yang kurang ramah, ketidakakuratan pesanan, atau waktu tunggu yang lama. Berbagai keluhan yang muncul mencerminkan bahwa rendahnya kualitas pelayanan dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap

tingkat kepuasan pelanggan, meskipun produk yang ditawarkan memiliki mutu yang baik. Pandangan ini sejalan dengan pernyataan Kotler (2009) yang menyebutkan bahwa manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran serta memperoleh, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan komunikasi nilai pelanggan yang unggul.

Meskipun banyak penelitian telah membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pada bisnis kuliner atau kafe secara umum, masih terbatas penelitian yang secara khusus mengkaji persaingan antar kafe di lingkungan edukatif seperti Kampung Inggris. Penelitian terdahulu cenderung berfokus pada satu atau dua variabel saja, seperti harga atau kualitas produk, tanpa mempertimbangkan pengaruh gaya hidup dan ekspektasi pelayanan dalam konteks kawasan pendidikan yang memiliki karakteristik konsumen berbeda.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian terhadap objek Cafe Ngaropi. Maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul : “Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Cafe Ngaropi Kampung Inggris)”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perlu adanya identifikasi masalah penelitian agar penelitian yang dilakukan memiliki ruang lingkup yang jelas, adalah sebagai berikut :

1. Persaingan yang sangat ketat antara kafe yang berada di Kampung Inggris, yang dapat menyebabkan kesulitan pada Cafe Ngaropi untuk menarik dan mempertahankan konsumen.
2. Gaya hidup pelanggan yang semakin dinamis dan dipengaruhi oleh tren sosial, budaya, dan teknologi dapat menyebabkan kebingungan dalam memilih cafe sesuai preferensi mereka.
3. Meskipun cafe ini menyediakan berbagai menu menarik, beberapa pelanggan mengeluhkan lambatnya pelayanan atau kurangnya keramahan staf dalam melayani.

4. Beberapa pelanggan mungkin merasa bahwa harga yang ditawarkan di Cafe Ngaropi tidak sebanding dengan kualitas produk dan layanan yang mereka terima.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngaropi Kampung Inggris?
2. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngaropi Kampung Inggris?
3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngaropi Kampung Inggris?
4. Adakah pengaruh gaya hidup, harga dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi keputusan pembelian di Cafe Ngaropi Kampung Inggris?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngaropi Kampung Inggris.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngaropi Kampung Inggris.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngaropi Kampung Inggris.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara gaya hidup, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian di Cafe Ngaropi Kampung Inggris.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori pemasaran, khususnya dalam memahami hubungan antara faktor gaya hidup, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi manajemen Cafe Ngaropi

Manajemen Cafe Ngaropi dapat menggunakan temuan ini untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, menyesuaikan harga produk dengan ekspektasi konsumen, serta meningkatkan kualitas pelayanan guna memaksimalkan kepuasan pelanggan dan loyalitas.

###### b. Bagi Peneliti

Peneliti dapat menambah pengetahuan dan mengembangkan keterampilan dalam melakukan analisis data dan memahami perilaku konsumen.

###### c. Bagi Karyawan

Pengetahuan ini akan membantu karyawan untuk meningkatkan keterampilan dalam memberikan pelayanan yang lebih ramah, cepat dan efisien, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, D. P. S. 2021. *Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada “Sementara Coffee” Pati* (Skripsi Sarjana, Universitas Semarang). Universitas Semarang.
- Donni Juni Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Padang: Alfabeta CV
- Fure, H. 2013. *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Traditional Bersehati Calaca*. Jurnal EMBA, Vol.1 No.3.
- Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete. Edisi 9*. Semarang: BPUD
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2012. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2018. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. 2019. *Marketing management (4th ed.)*. Harlow, England: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. *A framework for marketing management, sixth edition, global edition*. England: Pearson.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. 2021. *Pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Coffeenville–Oishi Pan Magelang*. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. 2017. *Manajemen pemasaran: Teori dan aplikasi dalam bisnis*. Edisi ke-2. Bogor: Mitra Wacana Media.

- Luthfianto, D. dan Suprihadi, H. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. ISSN: 2461-0593
- Ma'arif, A. I., & Budiarti, A. 2022. *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dimediasi citra merek di Mr. DIY*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 11(6).
- Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. 2019. *Pengaruh lifestyle dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu Nike (Studi kasus Manado Town Square)*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3), 2949–2958. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24041>
- Nitisusantro, M. 2013. *Konsumen dan Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Prawiro, M. 2018. *Pengertian harga: Fungsi, tujuan, jenis-jenis harga*. Jurnal Maxmanroe. <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-harga>
- Salim, A. 2019. *Kualitas pelayanan dan keputusan pembelian: Konsep dan teori*. Media Nusa Kreatif, Malang. ISBN 9786024622787. <http://repository.uin-malang.ac.id/4782/>
- Suarniki, N. N. 2018. *Manajemen Pemasaran* (A. Sanosra. Surabaya: PT. Muara karya).
- Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono, D. 2013. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono, p. 2017. *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi)*. Bandung: Alfabeta Cv
- Sugiyono, S. 2022. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Metode R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. 2020. *Pengaruh keragaman produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen* (Studi kasus Supermarket Ardevon Rawamangun Jakarta). *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(2), 17–30. <https://doi.org/10.36406/jemi.v29i2.340>
- Sumarwan, U. 2019. *Pemasaran Strategik: perspektif perilaku konsumen dan Marketing plan*. PT Penerbit IPB Press.
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. 2021. *Pengaruh kualitas produk, ekuitas merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone di Kota Bogor*. *YUME: Journal of Management*, 4(2), 254–272. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>
- Sutisna. 2010. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tana, S. O., & Bessie, J. L. D. 2020. *Pengaruh gaya hidup dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian (Studi pada pelanggan X2 Family Resto and Karaoke Kupang)*. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 13(3), 255–270. <https://doi.org/10.35508/jom.v13i3.3306>
- Tjiptono, F. 2014a. *Pemasaran jasa-prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2014b. *Pemasaran jasa-prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2020. *Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: CV Andi.
- Utama, H., Tandreas, D., Riady, A. F., Wijaya, H., & Gultom, C. H. F. 2021. *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Mitsubishi pada PT. Sardana Indah Berlian Motor Medan*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 3(1), artikel 1749. <https://doi.org/10.34012/jebim.v3i1.1749>

- Widyawati, L. 2015. Pengaruh Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Pada UD. Surya Phone di Samarinda. EJournal Ilmu Administrasi Bisnis, 3(3), 574-586.arinda. E-journal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol 3. No.3.15. hal. 581*
- Wijaya, T. 2018. Manajemen kualitas jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano.*
- Yuwono, H., & Yuwana, S. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang. Jurnal Ekonomi Manajemen, 2(1), 331-346.*