

**SKRIPSI**

**PENGARUH LOKASI, PENGALAMAN KONSUMEN DAN GAYA HIDUP  
HEDONIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *COFFE SHOP***

**AYO.NGOPI SURABAYA**



Oleh :

**BAYU OKTAVIAN SAPUTRA**

**NBI : 1211800124**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**



**PENGARUH LOKASI, PENGALAMAN KONSUMEN DAN GAYA HIDUP  
HEDONIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFE SHOP**

**AYO.NGOPI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna  
mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Oleh :**

**BAYU OKTAVIAN SAPUTRA**

**NBI : 1211800124**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**



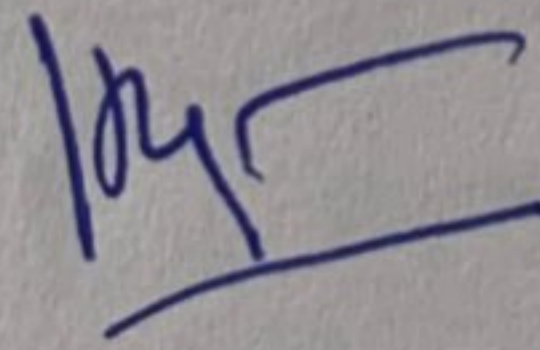
**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama Lengkap : Bayu Oktavian Saputra  
NBI : 1211800124  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, Pengalaman Konsumen, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffe Shop* Ayo.Ngopi Surabaya.

Surabaya, ... 22 - 12 - 2022

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing



Dr. Estik Hari Pratiwi, SE,MM



## LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 04 Januari 2023.

### TIM PENGUJI

1. Dr. Abdul Halik, MM

2. Dr. Estik Hari Pratiwi, SE,MM

3. Dr. Sumiati, MM

### TANDA TANGAN

Ketua:

Anggota:

Anggota:

Mengesahkan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis 17 Agustus 1945 Surabaya  
Dekan,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si, Ak. CA

NPP. 20220.93.031



## LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Bayu Oktavian Saputra
2. NBI : 1211800124
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578080610000004
6. Alamat Rumah (KTP) : Kaliwaron 4/15 RT.003 RW.002, Kel. Mojo, Kec. Gubeng, Kota Surabaya.

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

**“Pengaruh Lokasi, Pengalaman Konsumen, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian pada *Coffe Shop Ayo.Ngopi Surabaya*.”** adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan serta pemikiran saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 01 Januari 2023

Yang membuat,



(Bayu Oktavian Saputra)





UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. Semolowaru 45 Surabaya  
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)  
Email: perpus@untag-sby.ac.id

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akadeik Universitas Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bayu Oktavian Saputra  
NBI : 1211800124  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul:

**“Pengaruh Lokasi, Pengalaman Konsumen, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian pada *Coffe Shop* Ayo.Ngopi Surabaya”.**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolahh dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 01 Januari 2023

Yang Menyatakan,



(Bayu Oktavian Saputra)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga saya diberi kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya saya tujukan kepada :

1. Dr. Estik Hari Pratiwi, SE,MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., AK., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ec. Ulfi Pristiana, M,Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
6. Kedua orang tua saya, yang sampai detik ini masih selalu menjadi orang hebat di hidup saya, yang telah memberikan izin, semangat, kesempatan, dukungan serta do'a dari awal perkuliahan hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan pendidikan program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.



7. Keluarga besar saya yang selalu mendoakan dan memberikan semangat sampai saat ini.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah “Jika orang lain bisa, kenapa kamu tidak?”.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, ..... 2022

Bayu Oktavian Saputra



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, pengalaman konsumen dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian pada *Coffe Shop Ayo.Ngopi* Surabaya secara parsial dan simultan. Penelitian ini dilakukan di coffee shop Ayo.Ngopi yang beralamatkan di Jl. Ngagel Jaya Barat No 37 B, Kec. Gubeng Kota Surabaya Jawa Timur. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan oktober - november 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh Konsumen Coffee Shop Ayo.Ngopi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan dan teknik penentuan jumlah sample menggunakan rumus slovin dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 98,68 konsumen atau 100 responden. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan adalah uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji F dan uji t) dengan menggunakan SPSS 25.

Dalam Penelitian ini menunjukkan bahwa dihasilkan uji t variabel lokasi (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien regresi lokasi (X1) sebesar 0,002, nilai koefisien regresi pengalaman konsumen (X2) sebesar 0,000 dan nilai koefisien gaya hidup hedon (X3) sebesar 0,013, dengan demikian masing-masing variabel X berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Y. Sedangkan uji f, diperoleh f hitung > f table yaitu  $61,425 > 2,699$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variable bebas lokasi (X1), pengalaman konsumen (X2) dan gaya hedonis (X3) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

**Kata Kunci :** Lokasi, Pengalaman Konsumen, Gaya Hidup Hedonis, Keputusan Pembelian.



## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the influence of location, consumer experience and hedonistic lifestyle on purchasing decisions at Coffe Shop Ayo.Ngopi Surabaya partially and simultaneously. This research was conducted at the Ayo.Ngopi coffee shop which is addressed at Jl. Ngagel Jaya Barat No. 37 B, Kec. Gubeng, Surabaya City, East Java. The time of this study was carried out in October - November 2022. The population in this study is all consumers of Ayo.Ngopi Coffee Shop.*

*The sampling technique used is a purposive sampling technique with several predetermined criteria and a technique for determining the number of samples using the slovin formula and obtained a total sample of 98.68 consumers or 100 respondents. The analytical techniques in this study used are normality test, multicolonierity test, heteroskedasticity test, and autocorrelation test, multiple linear regression analysis, and hypothesis test (F test and t test) using SPSS 25.*

*In this study, it was shown that the resulting location variable t test (X1) had a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) with a location regression coefficient value (X1) of 0.002, a consumer experience regression coefficient value (X2) of 0.000 and a hedon lifestyle coefficient value (X3) of 0.013, thus each variable X had a positive and significant effect on variable Y. While the f test, obtained f calculate > f table which is 61.425 > 2.699 so that it can be concluded that location-free variables (X1), consumer experience (X2) and hedonistic force (X3) together have a positive and significant influence on purchasing decisions (Y).*

**Keywords :** Location, Consumer Experience, Hedonistic Lifestyle, Purchasing Decision.



## RINGKASAN

Persaingan yang ketat didalam dunia bisnis terjadi pada berbagai bidang, termasuk bisnis kuliner. Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang wajib terpenuhi sehingga bisnis kuliner menjadi trend dikalangan masyarakat Indonesia. Beberapa tahun terakhir, jumlah bisnis kuliner di Indonesia terus bertambah dengan beragam variasi produk yang ditawarkan, hal ini dipengaruhi oleh terjadinya perubahan pola konsumsi dan perubahan gaya hidup konsumen Indonesia. Pola konsumsi masyarakat Indonesia berubah dari makanan tradisional ke makanan moderen dan perubahan gaya hidup yang cenderung lebih memilih sesuatu yang sifatnya praktis seperti halnya mengkonsumsi makanan siap saji. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk ikut terjun ke dalam bisnis kuliner dengan berlomba-lomba dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang mereka tawarkan sehingga membuat persaingan di dunia bisnis kuliner menjadi semakin ketat yang menyebabkan semakin banyak pula pilihan bagi konsumen dalam memilih produk yang dapat memuaskan kebutuhannya sehingga konsumen akan lebih selektif dalam membuat sebuah keputusan pembelian.

Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan menggunakan kriteria tertentu.. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis, dan untuk uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas yang digunakan untuk melihat nilai residual berdistribusi normal atau tidak, uji multikolonieritas digunakan untuk melihat adanya gejala multikolonieritas atau tidak, uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan residual varian dari residual satu ke pengamatan lain atau tidak, dan uji autokorelasi yang digunakan untuk adanya korelasi antara kesalahan pengganggu atau tidaknya dalam model regresi.

Hasil analisis dari uji reabilitas menunjukkan bahwa pernyataan dalam kuesioner dari keseluruhan variabel yang terdiri dari Lokasi (X1), Pengalam konsumen (X2),Gaya hidup hedon (X3) dan Keputusan pembelian (Y) dinyatakan reliable karena mempunyai nilai cronbarch alpha lebih dari 0,07 yang artinya seluruh jawaban dari responden terhadap item pertanyaan kuesioner dapat dipercaya. Berdasarkan analisis data yang di peroleh menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat diketahui dari nilai t hitung sebesar  $3,241 > 1,661$  dengan nilai signifikan sebesar



0,002 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y) , variabel Pengalaman Konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y), hal ini dapat diketahui dari nilai t hitung sebesar 6,477 > 1,661 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pengalam Konsumen (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dan Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Gaya hidup hedon berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat diketahui dari nilai t hitung sebesar 2,521 > 1,661 dengan nilai signifikasi sebesar 0,013 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya hidup hedon (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keoutusan pembelian.



## SUMMARY

*Intense competition in the business world occurs in various fields, including the culinary business. The need for food and drink is a basic human need that must be fulfilled so that the culinary business becomes a trend among Indonesian people. In recent years, the number of culinary businesses in Indonesia has continued to grow with a wide variety of products offered, this is influenced by changes in consumption patterns and changes in the lifestyles of Indonesian consumers. Indonesian people's consumption patterns have changed from traditional foods to modern foods and lifestyle changes that tend to prefer something practical in nature, such as consuming ready-to-eat food. This opportunity is used by business people to get involved in the culinary business by competing to meet the needs and desires of consumers with the products they offer, thereby making competition in the culinary business world even tighter which causes more choices for consumers in choosing products that can satisfy their needs so that consumers will be more selective in making a purchase decision.*

*The sampling technique used was purposive sampling using certain criteria. This type of research was quantitative research. While the data analysis used is multiple linear regression analysis to test the hypothesis, and for the classic assumption test used, namely the normality test which is used to see whether the residual values are normally distributed or not, the multicollinearity test is used to see whether there are symptoms of multicollinearity or not, the heteroscedasticity test is used to see whether there is an inequality of variance residuals from one residual to another observation or not, and the autocorrelation test is used to determine whether there is a correlation between confounding errors or not in the regression model.*

*The results of the analysis of the reliability test show that the statements in the questionnaire from all variables consisting of location (X1), consumer experience (X2), hedonistic lifestyle (X3) and purchasing decisions (Y) are declared reliable because they have a cronbarch alpha value of more than 0, 07 which means that all answers from respondents to the questionnaire question items can be trusted. Based on the analysis of the data obtained, it shows that the service quality variable has a partial effect on purchasing decisions. It can be seen from the t-count value of 3.241 > 1.661 with a significant value of 0.002 < 0.05 so it can be concluded that the location variable (X1) has a positive effect and significant to the purchase decision (Y), the Consumer Experience variable has a partial effect on the purchase decision*



*(Y). (X2) has an effect on purchasing decisions (Y) and based on the analysis results show that the hedonic lifestyle variable has a partial effect on purchasing decisions, this can be seen from the calculated t value of  $2.521 > 1.661$  with a significance value of  $0.013 < 0.05$  so that it was concluded that the hedon lifestyle variable (X3) has a positive and significant effect on purchase decisions.*



## DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR.....	i
SAMPUL DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
RINGKASAN.....	xi
<i>SUMMARY</i> .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR TABEL.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7



2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.1.1 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.1.2 Perilaku Konsumen .....	8
2.1.2 Lokasi .....	10
2.1.2.1 Interaksi Lokasi .....	11
2.1.2.2 Indikator Lokasi .....	11
2.1.3 Pengalaman Konsumen .....	12
2.1.3.1 Membangun Pengalaman Konsumen.....	12
2.1.3.2 Jenis – Jenis Pengalaman Konsumen .....	13
2.1.3.3 Aspek Pengalaman Konsumen.....	14
2.1.3.4 Indikator Pengalaman Konsumen .....	15
2.1.4 Gaya Hidup Hedonis .....	16
2.1.4.1 Ciri–Ciri Gaya Hidup Hedonisme .....	18
2.1.4.2 Penyebab Gaya hidup hedonisme.....	19
2.1.4.3 Dampak Gaya Hidup Hedonisme.....	19
2.1.4.4. Indikator Gaya Hidup Hedonis.....	20
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	21
2.1.5.1 Struktur Keputusan Pembelian.....	22
2.1.5.2 Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	23



2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	25
2.3 Kerangka Konseptual.....	29
2.4 Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1. Desain Penelitian .....	33
3.2. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	33
3.3. Jenis Dan Sumber Data.....	33
3.3.1. Jenis Data .....	33
3.3.2. Sumber Data.....	33
3.4. Populasi Dan Sampel.....	34
3.4.1. Populasi .....	34
3.4.2. Sampel.....	34
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6. Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	35
3.6.1. Definisi Variabel .....	35
3.6.2 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.7 Pengolahan data.....	38
3.8 Metode Analisis Data .....	38
3.8.1. Analisis Deskriptif .....	38



3.8.1.1. Uji Instrumen.....	39
3.8.1.2. Uji Asumsi Klasik .....	39
3.9. Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisa Data.....	41
3.9.1. Analisis Data .....	41
3.9.2. Uji Hipotesis.....	41
3.9.3 Koefisien determinasi.....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Deskripsi objek .....	45
4.1.1 Gambaran umum perusahaan .....	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	46
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Deskripsi Responden.....	46
4.2.1.1 Jenis Kelamin .....	46
4.2.1.2 Usia .....	47
4.3 Uji Instrumen .....	47
4.3.1 Uji Validitas .....	47
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.3 Analisis Data .....	49
4.3.1 Uji Asumsi Klasik .....	49
4.3.1.1 Uji Normalitas .....	49



4.3.1.2 Uji Multikolonieritas.....	50
4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.4 Pengujian Hipotesis dan Analisis data.....	51
4.4.1 Uji Regresi Linier Berganda .....	51
4.4.1 Uji t (parsial) .....	53
4.4.2 Uji F (Simultan) .....	54
4.4.3 Koefisien determinasi.....	54
4.5 Pembahasan Hasil Temuan penelitian .....	55
4.5.1 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan pembelian .....	55
4.5.2 Pengaruh Pengalaman Konsumen terhadap keputusan pembelian .....	55
4.5.3 Pengaruh Gaya hidup hedon terhadap keputusan pembelian.....	56
4.6 Implikasi Penelitian .....	56
4.7 Keterbatasan Penelitian .....	57
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Simpulan.....	59
5.2 Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....	61
LAMPIRAN.....	63



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan .....	23
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	29



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Pengunjung <i>Coffe Shop</i> Ayo.Ngopi.....	2
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabe 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis kelamin .....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.5 Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.6 Uji Multikolonieritas.....	50
Tabel 4.8 Uji t (parsial) .....	53
Tabel 4.9 uji F .....	54
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi.....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	63
Lampiran 2.....	68
Lampiran 3.....	84
Lampiran 4.....	89
Lampiran 5.....	90
Lampiran 6.....	90
Lampiran 7.....	90
Lampiran 8.....	91
Lampiran 9.....	91
Lampiran 10.....	91
Lampiran 11.....	91
Lampiran 12.....	92
Lampiran 13.....	93
Lampiran 14.....	94