

**PENGARUH VARIASI PRODUK, *WORD OF MOUTH*, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA FORE COFFEE CABANG CIPETE
JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

RAYSKAH NINGSIH

213402516224



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2025

**PENGARUH VARIASI PRODUK, *WORD OF MOUTH*, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA FORE COFFEE CABANG CIPETE
JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

RAYSKAH NINGSIH

213402516224



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul:

**PENGARUH VARIASI PRODUK, *WORD OF MOUTH*, DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA FORE COFFEE CABANG CIPETE
JAKARTA SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan atau kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 22 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Ravskah Ningsih

213402516224

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH VARIASI PRODUK, *WORD OF MOUTH*, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FORE COFFEE CABANG CIPETE JAKARTA**

SELATAN

Nama Mahasiswa : **Rayskah Ningsih**
Nomor Pokok : **213402516224**
Program Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Revisi
Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 22 Februari 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH VARIASI PRODUK, *WORD OF MOUTH*,
DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA FORE COFFEE
CABANG CIPETE JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Rayskah Ningsih**

Nomor Pokok : **213402516224**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir,




(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Ketua Penguji,

Anggota Penguji,



(Prof. Dr. Umar Basalim, DES.)



(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, 05 Maret 2025

Tanggal Lulus: 28 Februari 2025

ABSTRAK

PENGARUH VARIASI PRODUK, *WORD OF MOUTH*, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FORE COFFEE CABANG CIPETE JAKARTA SELATAN

Oleh:

Rayskah Ningsih

NPM: 213402516224

Tugas akhir ini dibawah bimbingan Ibu Dr. Resti Hardini S.E., M.Si.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh Variasi Produk, *Word of Mouth*, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Fore Coffee Cabang Cipete Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan sumber data primer melalui kuesioner kepada 96 responden yang pernah melakukan pembelian sekurang-kurangnya satu kali dan secara langsung di kedai Fore Coffee cabang Cipete Jakarta Selatan. Metode analisis data menggunakan analisis inferensial dengan regresi linier berganda dan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 30.0.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Variasi Produk (X1), *Word of Mouth* (X2), dan Gaya Hidup (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadikan pertimbangan bagi Fore Coffee untuk memperhatikan faktor-faktor lain dalam variasi produk, *word of mouth*, dan gaya hidup upaya meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Variasi Produk, *Word of Mouth*, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIATIONS, WORD OF MOUTH, AND LIFESTYLE ON PURCHASING DECISIONS IN FORE COFFEE CIPETE BRANCH SOUTH JAKARTA

By:

Rayskah Ningsih

NPM: 213402516224

This final project under the guidance of Dr. Resti Hardini S.E., M.Si.

This study aims to analyze the influence of Product Variety, Word of Mouth, and Lifestyle on Purchasing Decisions at Fore Coffee Cipete Branch, South Jakarta. This research data uses quantitative data with primary data sources through questionnaires to 96 respondents who have made purchases at least once and directly at the Fore Coffee shop, Cipete branch, South Jakarta. The data analysis method uses inferential analysis with multiple linear regression and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 30.0 program.

The results of this study indicate that the variables of Product Variety (X_1), Word of Mouth (X_2), and Lifestyle (X_3) have a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y). the results of this study are expected to be able to make considerations for Fore Coffee to pay attention to other factors in product variations, word of mouth, and lifestyle efforts to increase sales through purchasing decisions.

Keywords: *Product Variety, Word of Mouth, Lifestyle, and PurchasinDecisions.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Variasi Produk, *Word of Mouth*, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Fore Coffee Cabang Cipete Jakarta Selatan” dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan tugas akhir ini penulis tentu mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun lainnya. Namun, berkat dukungan, kerja sama, dorongan semangat, dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, kasih sayang, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang juga selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membimbing saya dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
5. Ibu Santi Retno Sari, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik.
6. Kepada seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional khususnya Prodi Manajemen yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat atas ilmu dan dedikasi yang sudah diberikan.

7. Seluruh staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional terutama bang As'ad atas layanan prima dan kesabarannya yang diberikan sejak semester awal sampai status mahasiswa berakhir.
8. Kedua orang tua yang sudah mendidik, mendoakan, mendukung, dan memfasilitasi penulis sampai saat ini sehingga diberikan kemudahan dalam melaksanakan dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh keluarga besar yang memberikan dukungan dan motivasi.
10. Bapak dr. Amru Harahap, Sp.OG. yang sudah sangat berjasa.
11. Herlina Putri Novianingrum, kakak yang selalu memotivasi dan mendoakan penulis.
12. Saudara-saudara "Trio Wakwikwok Rawrr" yang menemani penulis menyelesaikan skripsi.
13. Teman-teman "ROMUSA", "NGAUW", "MANTAI", "QUADRUPLETS ASOY", dan "MAGANG ILMU PADI" yang selalu menjadi tempat penulis berbagi pikiran, mendukung, dan menghibur diantara kesibukan masing-masing.
14. Departemen SDM HIMAJEM Periode 2024/2025 yang selalu memberikan semangat juga doa selama skripsi ini disusun.
15. Anggota Himpunan Mahasiswa Manajemen (HIMAJEM) Periode 2024/2025 angkatan 2021 yang sudah memotivasi penulis.
16. Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Manajemen (HIMAJEM) Universitas Nasional yang selalu memberikan pengetahuan dan pengalaman.
17. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.
18. Teman-teman Manajemen FEB Universitas Nasional angkatan 2021 yang telah berbagi ilmu pengetahuan, memberi motivasi, dan informasi selama masa perkuliahan berjalan.
19. Dan kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan akses informasi dalam pembuatan dan penyusunan skripsi ini, semoga kebaikan kalian semua mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat. Semoga kebaikan yang telah diberikan mendapat ganjaran berlipat dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa

masih terdapat kekurangan dalam penyusunan karya tulis ini, Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat.

Terima kasih,

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Jakarta, 22 Februari 2025

Penulis,

Rayskah Ningsih

213402516224

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL LUAR

HALAMAN SAMPUL JUDUL DALAM

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

ABSTRACT

DAFTAR RIWAYAT HIDUP i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR x

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 6

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8

A. Pemasaran 8

B. Manajemen Pemasaran 8

C. Bauran Pemasaran 8

D. Keputusan Pembelian 10

1. Pengertian Keputusan Pembelian 10

2. Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian 11

3.	Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	12
4.	Indikator Keputusan Pembelian	14
E.	Variasi Produk	14
1.	Pengertian Variasi Produk.....	14
2.	Tingkatan Variasi Produk	15
3.	Faktor yang Mempengaruhi Variasi Produk.....	15
4.	Indikator Variasi Produk.....	16
F.	Word of Mouth.....	17
1.	Pengertian <i>Word of Mouth</i>	17
2.	Jenis-jenis <i>Word of Mouth</i>	18
3.	Aspek-aspek <i>Word of Mouth</i>	18
4.	Indikator <i>Word of Mouth</i>	19
G.	Gaya Hidup.....	20
1.	Pengertian Gaya Hidup	20
2.	Jenis-jenis Gaya Hidup.....	21
3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	22
4.	Indikator Gaya Hidup.....	23
H.	Keterkaitan antar Variabel Penelitian.....	23
1.	Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	23
2.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	24
3.	Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	24
I.	Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	24
J.	Kerangka Analisis.....	27
K.	Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
A.	Objek Penelitian.....	29

B. Data Penelitian	29
1. Sumber Data dan Jenis Data	29
2. Populasi dan Sampel.....	29
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data	31
C. Definisi Operasional Variabel.....	32
D. Metode Analisis	33
1. Metode Analisis	33
2. Uji Instrumen Penelitian.....	33
3. Uji Asumsi Klasik	34
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
5. Uji Kelayakan Model	36
6. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Hasil Penelitian.....	38
1. Deskripsi Data Penelitian	38
2. Karakteristik Responden.....	40
3. Hasil Analisis Deskriptif.....	46
4. Uji Instrumen.....	51
5. Uji Asumsi Klasik.....	53
6. Uji Regresi Linier Berganda	57
7. Uji Kelayakan Model.....	58
8. Pengujian Hiptesis (Uji t)	59
B. Pembahasan.....	61
1. Pengaruh Variasi Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	61
2. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	62
3. Pengaruh Gaya Hidup (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 65
A. Kesimpulan..... 65
B. Saran 65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Indeks Fase 1 Tahun 2020 – 2024	3
Tabel 2. 1 Rujukan Penelitian	25
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert.....	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 4. 1 Produk Fore Coffee.....	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
Tabel 4. 6 Rata-rata Total Skor Mean Variasi Produk (X1)	47
Tabel 4. 7 Rata-rata Total Skor Mean <i>Word of Mouth</i> (X ₂).....	48
Tabel 4. 8 Rata-rata Total Skor Mean Gaya Hidup (X ₃).....	49
Tabel 4. 9 Rata-rata Total Skor Mean Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4. 15 Hasil Uji Autokorelasi	56
Tabel 4. 16 Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	58
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	59
Tabel 4. 19 Hasil Uji t.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian Konsumen	11
Gambar 2. 2 Kerangka Analisis	28
Gambar 4. 1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Gambar 4. 4 Diagram Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46

