

**PENGARUH *REFERENCE GROUP* DAN  
*PERCEPTION* TERHADAP *OUTLET SELECTION*  
SERTA DAMPAKNYA PADA *PURCHASE DECISION*  
KOPI JANJI JIWA DI KOTA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis  
Program Studi S1 Administrasi Bisnis

**Oleh:**

**Imelda Angelina Yuanita**

**3111161016**



**PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP  
BANDUNG**

**2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH *REFERENCE GROUP* DAN  
*PERCEPTION* TERHADAP *OUTLET SELECTION*  
SERTA DAMPAKNYA PADA *PURCHASE DECISION*  
KOPI JANJI JIWA DI KOTA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis  
Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Oleh:

**Imelda Angelina Yuanita**  
3111161016



Menyetujui,

Ketua Program Studi

**M. Dadi Priadi, S.Sos., M.A.B**

NIP.432.200.210

Pembimbing

**Fauzan Aziz, SMB., M.B.A.**

NIP. 432.200.170

Mengetahui,

Dekan

**Tatang Sudrajat, Drs., S.I.P., M.Si.**

NIP. 196302071993031001

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“Pengaruh *Reference Group* dan *Perception* Terhadap *Outlet Selection* serta Dampaknya pada *Purchase Decision* Kopi Janji Jiwa di Kota Bandung”**

adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Jika ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi ini, saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Bandung, 11 Juni 2020  
Yang membuat pernyataan,



Imelda Angelina Yuanita  
NPM : 3111161016

## **HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan kepada Bapak, Ibu dan Kakak-kakakku yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan dan semangat yang tak terhingga, sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan Administrasi Bisnis di Universitas Sangga Buana YPKP.

Teman-teman Administrasi Bisnis Universitas Sangga Buana YPKP 2016 yang telah berjuang bersama selama kurang lebih 3,5 tahun.

### **Motto :**

“Langkah adalah perjuangan

Berbalik arah berarti berhenti tanpa perlawanan

Kesalahan adalah bukti dari perjuangan

Dan menyerah tanda tak mau memperjuangkan”

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Reference Group* dan *Perception* Terhadap *Outlet Selection* serta Dampaknya pada *Purchase Decision* Kopi Janji Jiwa di Kota Bandung”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan selesai tanpa doa kedua orang tua yaitu Ibu Finfin Margaret Setianingsih Karamoy dan Bapak Faisal Lubis Yusup yang senantiasa memberikan kasih sayang dan dukungan moril maupun materil kepada penulis. Selain itu, adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yaitu:

1. Yth. Bapak Dr. H. Asep Effendi, SE., M.Si., PIA., CFA., CRBC, selaku Rektor Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
2. Yth. Bapak Drs. Tatang Sudrajat, S.IP., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
3. Yth. M. Dadi Priadi, S.Sos., MAB selaku Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
4. Yth. Bapak Fauzan Aziz, SMB, MBA, selaku dosen pembimbing yang telah berkontribusi besar, meluangkan waktu, pikiran dan

perhatian, dalam membimbing, memberi arahan dan saran untuk penulis selama menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pemahaman kepada penulis selama mengikuti studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
6. Seluruh staf Program Studi S1 Administrasi Bisnis yang telah memberi kelancaran informasi selama program pendidikan penulis.
7. Kakakku tercinta Stefi Yusfina Aprifani Amd,Keb dan Helena Permata Meida, S.Pd yang selalu memberikan dukungan, doa dan kasih sayang kepada penulis.
8. Kaka tingkat terbaikku Aulia Fikri Al-Harrits Altin, S.AB yang telah memotivasi dan memberikan bantuan kepada penulis.
9. Sahabatku Dias Oktaviani, Nurin Naila, Zahra, Mega Ajeng Wilujeng, Panji Subagja, Tri Mulyati, Desi Purnamasari, yang selalu ada dalam suka dan duka.
10. Cahyani, Rika Anggia, Yulia, Monalisa, Euis, Septia Wulandari, yang telah menyemangati dan menjadi saudara selama di Bandung.
11. Seluruh rekan Administrasi Bisnis 2016 Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, yang telah menjadi teman sekaligus keluarga selama 3,5 tahun saat menempuh studi.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan bantuan maupun dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan

dimasa yang akan datang. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan dapat dijadikan bahan referensi bagi semua pihak yang berkepentingan.

Bandung, 11 Juni 2020  
Hormat Saya,

Imelda Angelina Yuanita  
3111161016

# DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Identifikasi Masalah.....	7
1.3    Tujuan Penelitian .....	7
1.4    Kegunaan Penelitian .....	8
1.4.1    Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2    Manfaat Praktis .....	9
1.5    Sistematika Penelitian.....	9
1.6    Lokasi dan Waktu Penelitian .....	10
1.6.1    Lokasi Penelitian.....	10
1.6.2    Waktu Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1    Definisi Pemasaran .....	12
2.2    Definisi Perilaku Konsumen .....	14

2.2.1	Model Perilaku Konsumen .....	14
2.3	<i>Reference Group</i> .....	15
2.3.1	Dimensi <i>Reference Group</i> .....	16
2.4	<i>Perception</i> .....	17
2.4.1	Sifat-Sifat <i>Perception</i> .....	17
2.4.2	Dimensi <i>Perception</i> .....	18
2.5	Konsep Diri.....	20
2.6	Pengaruh Situasional.....	21
2.7	Pencarian Informasi .....	22
2.8	<i>Outlet Selection and Purchase</i> .....	23
2.8.1	Faktor yang Memengaruhi <i>Outlet Selection and Purchase</i> .....	23
2.8.2	Dimensi Keputusan Pembelian ( <i>Purchase Decision</i> )	25
2.9	Penelitian Terdahulu .....	26
2.10	Kerangka Pemikiran.....	29
2.11	Hipotesis Penelitian .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>33</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Jenis Data .....	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4	Jenis Variabel.....	36
3.5	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	38
3.5.1	Operasionalisasi Variabel .....	38
3.5.2	Skala Pengukuran.....	40
3.6	Populasi dan Sampel .....	42
3.6.1	Populasi.....	42
3.6.2	Sampel.....	43
3.7	Teknik Pengujian Instrumen .....	45

3.7.1	Uji Validitas .....	45
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	46
3.8	Teknik Analisis Data.....	48
3.8.1	Analisis Deskriptif .....	48
3.8.2	<i>Method of Succesiv Interval (MSI)</i> .....	51
3.8.3	<i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>55</b>
4.1	Objek Penelitian.....	55
4.1.1	Sejarah Singkat Kopi Janji Jiwa .....	55
4.1.2	Semangat “ <i>Go Green</i> ” Kopi Janji Jiwa.....	56
4.2	Hasil Pengumpulan Data.....	57
4.3	Karakteristik Responden.....	57
4.3.1	Kararteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.3.2	Kararteristik Responden Berdasarkan Usia .....	58
4.3.3	Kararteristik Responden Berdasarkan Penghasilan ..	59
4.3.4	Kararteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran..	60
4.4	Hasil Penelitian .....	61
4.4.1	Hasil Analisis Deskriptif.....	61
4.4.1.1	Analisis Variabel <i>Reference Group</i> .....	61
4.4.1.2	Analisis Variabel <i>Perception</i> .....	63
4.4.1.3	Analisis Variabel <i>Outlet Selection</i> .....	66
4.4.1.4	Analisis Variabel <i>Purchase Decision</i> .....	68
4.4.2	Hasil Analisis <i>Outer Model</i> .....	71
4.4.2.1	<i>Convergent Validity</i> .....	71
4.4.2.2	<i>Discriminant Validity</i> .....	72
4.4.2.3	<i>Composite Reliability</i> .....	74
4.4.2.4	<i>Cronbach Alpha</i> .....	75

4.4.3	Hasil Analisis Inner Model .....	75
4.4.3.1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	75
4.4.3.2	<i>Cross-Validated Redudancy (<math>Q^2</math>)</i> atau <i>Q-square Test</i> .....	76
4.4.3.3	<i>Goodness of Fit Model (GoF)</i> .....	77
4.4.4	Hasil Analisis Hipotesis .....	78
4.4.5	Pembahasan Hasil Penelitian .....	84
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>89</b>
5.1	Simpulan .....	89
5.2	Rekomendasi.....	92
5.2.1	Saran Untuk Kopi Janji Jiwa Bandung .....	92
5.2.2	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>94</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Lima Negara Produsen Kopi Terbesar di Dunia pada Tahun 2016-2017 .....1
Tabel 1.2	Lima Negara Eksportir Kopi Terbesar di Dunia pada Tahun 2016-2017 .....2
Tabel 1.3	Data Produksi dan Ekspor Kopi Indonesia .....3
Tabel 1.4	Waktu Penelitian.....11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....26
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....38
Tabel 3.2	Skala Likert.....42
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Kuesioner .....46
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner .....47
Tabel 3.5	Kategori Interpretasi Skor.....50
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....58
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....58
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....59
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran .....60
Tabel 4.5	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pernyataan pada Variabel <i>Reference Group</i> (X1) .....61
Tabel 4.6	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pernyataan pada Variabel <i>Perception</i> (X2) .....64
Tabel 4.7	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pernyataan pada Variabel <i>Outlet Selection</i> (Y) .....66
Tabel 4.8	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pernyataan pada Variabel <i>Purchase Decision</i> (Z) .....69
Tabel 4.9	Hasil <i>Convergent Validity</i> .....71
Tabel 4.10	Hasil <i>Discriminant Validity</i> .....73

Tabel 4.11	<i>Composite Reliability</i> .....	74
Tabel 4.12	<i>Cronbach Alpha</i> .....	75
Tabel 4.13	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	76
Tabel 4.14	<i>Cross Validated Redudancy</i> ( $Q^2$ ) .....	77
Tabel 4.15	Nilai Rata-Rata <i>Communality</i> .....	78
Tabel 4.16	Uji Hipotesis .....	80
Tabel 4.17	Hasil Uji F Anova .....	81

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	Pertumbuhan <i>Franchise</i> Es Kopi Susu 2019 .....4
Gambar 2.1	Proses Pemasaran Menciptakan dan Manangkap Nilai Pelanggan .....13
Gambar 2.2	Model Perilaku Kosumen .....15
Gambar 2.3	Pemrosesan Informasi untuk Pengambilan Keputusan Konsumen .....18
Gambar 2.4	Dimensi dan Komponen Gambar Toko .....24
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran .....31
Gambar 3.1	Klasifikasi Kategori Penilaian Presentasi dalam Garis Kontinum ..... 50
Gambar 4.1	Garis Kontinum <i>Reference Group</i> .....63
Gambar 4.2	Garis Kontinum <i>Perception</i> .....65
Gambar 4.3	Garis Kontinum <i>Outlet Selection</i> .....68
Gambar 4.4	Garis Kontinum <i>Purchase Decision</i> .....70

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kartu Bimbingan
- Lampiran 2 Lembar Persetujuan Revisi Seminar Usulan Penelitian
- Lampiran 3 Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Tabulasi Data
- Lampiran 5 Hasil Transformasi Data MSI
- Lampiran 6 Hasil *Output Outer Loading* Smart PLS 3.2.1
- Lampiran 7 Nilai *Outer Loading*
- Lampiran 8 Nilai *Outer Weights*
- Lampiran 9 Hasil *Convergent Validity*
- Lampiran 10 Hasil *Discriminant Validity*
- Lampiran 11 Koefisien Determinasi  $R^2$
- Lampiran 12 *Cross Validated Redundance*
- Lampiran 13 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 14 Hasil Uji F Anova