

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *BRAND AWARENESS*, DAN
PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI HEIKA KOPI KARANGANYAR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Dalam Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh:
LUTFIANA AFIFAH
NIM. 2021081024

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *BRAND AWARENESS* DAN PREFERENSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI HEIKA
KOPI KARANGANYAR**

Disusun oleh:

LUTFIANA AFIFAH

NIM. 2021081024

Skripsi ini telah disetujui untuk disusun dan ditindak lanjuti

Pada tanggal 16 April 2026

Pembimbing I

Pembimbing II

Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB

NIDN. 0615079101

Annisa Indah Muliasari, SE., MM

NIDN. 0628078505

Mengetahui,

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

Universitas Sahid Surakarta

Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB

NIDN. 0615079101

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *LIFESTYLE*, *BRAND AWARENESS* DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI HEIKA KOPI KARANGANYAR

Disusun Oleh :

LUTFIANA AFIFAH

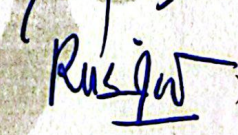
NIM. 2021081024

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta

Pada tanggal 16 April 2026

Dewan Penguji :

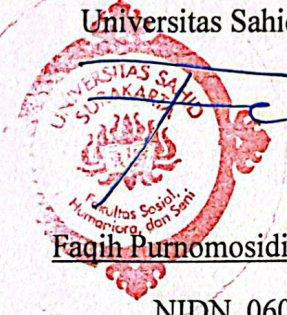
Penguji 1	Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB NIDN. 0615079101	()
Penguji 2	Annisa Indah Mufiasari, SE., M.M NIDN. 0628078505	()
Penguji 3	Dr. Rusnandari Retno Cahyani, S.E., M.Si NIDN. 0601058202	()

Dekan Fakultas Sosial Humaniora dan Seni

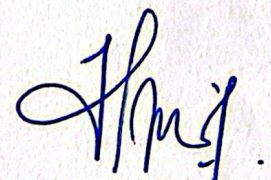
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

Universitas Sahid Surakarta

Universitas Sahid Surakarta


Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si

NIDN. 0602058801


Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB

NIDN. 0615079101

SURAT PERNYATAAN ORISINAL KARYA ILMIAH

Saya mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Sosial Humaniora, dan Seni Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan di bawah:

Nama : Lutfiana Afifah

NIM : 2021081024

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi:

PENGARUH *LIFESTYLE*, *BRAND AWARENESS*, DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI HEIKA KOPI KARANGANYAR adalah benar-benar karya yang saya susun sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan/karya orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang telah berlaku di Universitas Sahid Surakarta termasuk pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terbukti melakukan kebohongan, maka saya akan menanggung konsekuensinya.

Surakarta, 16 April 2026

Yang Menyatakan



Lutfiana Afifah

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Saya, mahasiswa akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutfiana Afifah

NIM : 2021081024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti *non eksklusif* (*non exclusive Royalti Free Right*) atas skripsi yang berjudul:

PENGARUH *LIFESTYLE*, *BRAND AWARENESS*, DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI HEIKA KOPI KARANGANYAR. Beserta instrumen/desain/perangkat (jika ada). Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan yang menyalin atau meniru tulisan/karya ilmiah orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Sahid Surakarta termasuk pencabutan gelar yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan yang saya buat dengan sesungguhnya secara sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surakarta, 16 April 2026

Yang Menyatakan



Lutfiana Afifah

MOTTO

“ Terlambat bukan berarti gagal, dan cepat bukan berarti hebat. Setiap orang memiliki jalan dan waktunya sendiri untuk sampai pada tujuan. Selama tidak berhenti melangkah, setiap keterlambatan hanyalah bagian dari proses menuju keberhasilan.”

“ Pada akhirnya, ini semua hanyalah Permulaan.”

(Nadin Amizah)

“ Melamban bukanlah hal yang tabu, kadang itu yang kau butuh. Bersandarlah, hibahkan bebanmu, rotasikan pandanganmu, ambil sudut yang terbaru. Tak perlu berhenti kurasi, ini hanya sementara, bukan ujung dari rencana.”

(33x – Perunggu)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, sungguh sebuah perjuangan yang cukup Panjang telah peneliti lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Rasa syukur dan bahagia yang peneliti rasakan, dengan kerendahan hati karya sederhana ini peneliti dedikasikan sebagai bentuk terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua Bapak Sumidiyanto dan Ibu Purwati tercinta yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang, memberikan dukungan, cinta dan kasih sayang, serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya.
2. Saudara- saudara saya yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan studi.
3. Dosen pembimbing saya, Ibu Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB dan Ibu Annisa Indah Mutiasari, SE., M.M yang telah membimbing dengan sabar dan memberikan arahan selama proses pengerjaan skripsi.
4. Seluruh Dosen Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Teman-teman seperjuangan yang telah menemani dan memberikan kenangan indah selama masa perkuliahan.
6. Almamater tercinta Universitas Sahid Surakarta yang telah memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran berharga.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian studi saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ PENGARUH *LIFESTYLE*, *BRAND AWARENESS* DAN *PREFERENSI KONSUMEN* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI HEIKA KOPI KARANGANYAR “ dengan baik.

Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, berkat rahmat dan ridho-nya lah skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Dr. Sri Huning Anwariningsih, ST., M.Kom selaku Rektorat Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Dr. Anniez Rachmawati Musslifah, M.Psi., Psikolog selaku Wakil Rektor Bidang Sumberdaya, Keuangan dan Pengembangan Universitas Sahid Surakarta.
4. Ibu apt. Reni Ariastuti, M.Sc selaku Wakil Rektorat Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta.
5. Bapak Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
6. Ibu Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Universitas Sahid Surakarta sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan terhadap pelaksanaan dan penyusunan skripsi.
7. Ibu Annisa Indah Mutiasari, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu memberikan arahan serta nasehat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang memberikan doa, dukungan moral maupun material, serta motivasi tiada henti.

9. Saudaraku dan keluarga besarku yang menjadi penyemangat dan juga memberikan dukungan.
10. Teman-teman seperjuangan Program Studi Administrasi Bisnis yang selalu memberikan dukungan, semangat, bantuan, serta menjadi tempat berbagi suka dan duka selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
11. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, dimana tidak dapat peneliti sebut satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 12 Maret 2026

Peneliti



Lutfiana Afifah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINAL KARYA ILMIAH.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 <i>Lifestyle</i>	14
2.3 Indikator <i>Lifestyle</i>	17
2.4 <i>Brand Awareness</i>	17
2.4.1 Tingkat <i>Brand Awareness</i>	18
2.4.2 Indikator <i>Brand Awareness</i>	19

2.5	Preferensi Konsumen.....	20
2.5.1	Indikator Preferensi Konsumen.....	21
2.6	Keputusan Pembelian.....	21
2.6.1	Faktor - Faktor Keputusan Pembelian.....	22
2.6.2	Indikator Keputusan Pembelian	25
2.7	Kerangka Pemikiran	26
2.7.1	Kerangka Pemikiran.....	26
2.8	Hipotesis.....	27
2.8.1	Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian di Heika Kopi Karanganyar.....	27
2.8.2	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian di Heika Kopi Karanganyar.....	28
2.8.3	Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Heika Kopi Karanganyar.....	28
2.8.4	Pengaruh <i>Lifestyle</i> , <i>Brand Awareness</i> , dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Heika Kopi Karanganyar	29
BAB III	METODE PENELITIAN	30
3.1	Jenis Penelitian.....	30
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.3	Variabel Penelitian	30
3.4	Skala Pengukuran.....	31
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.6	Populasi dan Sampel	33
3.6.1	Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.6.2	Sumber Data.....	35
3.6.3	Teknik Pengumpulan Data	35
3.7	Teknik Pengujian Instrumen	35
3.7.1	Uji Validitas	36
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	36

3.8 Teknik Analisis Data	37
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	37
3.8.3 Regresi Linear Berganda.....	38
3.8.4 Uji t (Uji Parsial)	38
3.5 Uji F (Uji Simultan)	39
3.8.6 Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Perusahaan	41
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	41
4.1.2 Jenis-Jenis Produk Heika Kopi	42
4.2 Karakteristik Responden	43
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	43
4.2.2 Usia Responden.....	44
4.2.3 Pendidikan terakhir/ Sedang ditempuh Responden.....	45
4.2.4 Pekerjaan/Status Responden	46
4.2.5 Domisili Responden.....	46
4.2.6 Pengalaman Pembelian Responden.....	47
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian	48
4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	50
4.4 Uji Asumsi Klasik	51
4.4.1 Uji Normalitas	51
4.4.2 Uji Multikolinearitas	52
4.4.3 Heteroskedastisitas	53
4.5 Pengujian Hipotesis	54
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.5.2 Uji t (Uji Parsial).....	56
4.5.3 Uji F (Uji Simultan)	59
4.5.4 Koefisien Determinasi.....	61

BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.2 Karakteristik Kelompok Konsumen.....	15
Tabel 2.3 Dimensi Gaya Hidup.....	16
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4.2 Data Usia Responden	44
Tabel 4.3 Pendidikan terakhir/Sedang ditempuh Responden	45
Tabel 4.4 Data Pekerjaan/Status Responden.....	46
Tabel 4.5 Data Domisili Responden	46
Tabel 4.6 Pengalaman Pembelian Responden	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i> (X_1)	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (X_2).....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi Konsumen (X_3)	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis Uji t (Parsial)	57
Tabel 4.17 Hasil Uji F	60
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Produksi Perkebunan Kopi Indonesia 2021-2023	1
Gambar 1.2 Komposisi Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi (SP2020).....	3
Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	18
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4.1 <i>Coffee Based</i>	42
Gambar 4.2 <i>Non-Coffee</i>	42
Gambar 4.3 <i>Food & Snacks</i>	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Profile Responden.....	69
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 3 Tabel Kuesioner.....	77
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	93
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	97



ABSTRAK

Pertumbuhan industri kedai kopi di Indonesia yang semakin pesat menyebabkan persaingan usaha semakin kompetitif sehingga pelaku usaha perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *lifestyle*, *brand awareness*, dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian di Heika Kopi Karanganyar. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *lifestyle*, *brand awareness*, dan preferensi konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa *lifestyle*, *brand awareness*, dan preferensi konsumen mampu menjelaskan 41,2% variasi keputusan pembelian, sedangkan 58,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengelola kedai kopi perlu meningkatkan strategi pemasaran yang sesuai dengan gaya hidup konsumen, memperkuat kesadaran merek, serta meningkatkan atribut produk sesuai preferensi konsumen untuk mendorong keputusan pembelian.

Kata kunci: *lifestyle*, *brand awareness*, preferensi konsumen, keputusan pembelian

ABSTRACT

The rapid growth of the coffee shop industry in Indonesia has intensified business competition, requiring businesses to understand the factors that influence consumer purchasing decisions. This study aims to analyze the influence of lifestyle, brand awareness, and consumer preferences on purchasing decisions at Heika Kopi Karanganyar. The study used a quantitative approach with a survey method. The sample consisted of 100 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis. The results showed that lifestyle, brand awareness, and consumer preferences partially had a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, these three variables also significantly influenced purchasing decisions. The coefficient of determination indicates that lifestyle, brand awareness, and consumer preferences explained 41.2% of the variation in purchasing decisions, while other variables outside the study explained the remaining 58.8%. These findings indicate that coffee shop managers need to improve marketing strategies that align with consumer lifestyles, strengthen brand awareness, and enhance product attributes that align with consumer preferences to drive purchasing decisions.

Keywords: *Lifestyle, Brand Awareness, Consumer Preferences, Purchasing Decisions.*

