

**ANALISIS PENGARUH *LIFESTYLE* DAN FASILITAS  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA K.VIESTA  
CAFÉ KOTA SUKABUMI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis**



**Oleh  
DESYTA BELLA WIGRHA PUTRI  
1430811088**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUKABUMI  
SUKABUMI  
2018**

**ANALISIS PENGARUH *LIFESTYLE* DAN FASILITAS  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA K.VIESTA  
CAFÉ KOTA SUKABUMI**

**Oleh  
Desyta Bellawigrha Putri  
NIM : 1430811088**

Mengesahkan  
Tim Pembimbing  
Sukabumi,.....

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Kokom Komariah, S.Sos., M.Si  
NIP. 117903046

Dr. R. Deni Muhammad Danial, S.Sos, M.M  
NIP. 11703046

Mengetahui,

Dekan Fakultas  
Ilmu Administrasi dan Humaniora

Ketua Program Studi,

Dr. Ike Rachmawati, Dra, M.Si  
NIP. 11690118

Dr. R. Deni Muhammad Danial, S.Sos, M.M  
NIP. 11703046

## **PEDOMAN PENGGUNAAN**

### **KARYA TULIS ILMIAH**

Skripsi ini termasuk pada karya ilmiah yang tidak dipublikasikan terdaftar dan tersimpan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sukabumi, dan terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada pengarang dengan mengikuti aturan HaKI yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Pencatatan dan pengutipan sebagai referensi kepustakaan atas sebagian karya tulis ini diperkenankan atas izin pengarang dan harus disertai menyebutkan sumbernya sesuai dengan kebiasaan ilmiah yang berlaku umum.

Memperbanyak atau menerbitkan sebagian atau seluruh karya tulis ini haruslah seizin perwakilan penulis di Universitas Muhammadiyah Sukabumi.

## **PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIARISME**

Saya sebagai penulis menyatakan bahwa seluruh tulisan dari karya ilmiah yang berjudul “**Analisis Pengaruh *Lifestyle* dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada K.Viesta Café Kota Sukabumi**” ini tidak mengandung unsur plagiarisme. Pengutipan terhadap bentuk-bentuk tulisan lainnya dilakukan sesuai dengan kaidah referensi kepustakaan yang diperkenankan dengan menjunjung tinggi Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) dan sesuai dengan Etika Akademik yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sukabumi.

Segala hal yang bertentangan dengan pernyataan saya diatas menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Sukabumi, Juli 2018

Yang membuat pernyataan,

**Desyta Bellawigrha Putri**  
**1430811088**

“...niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan”

(Q.S. Al-Mujaadila : 11)

*This graduate I dedicated to my parents, my sister, my brother and my best friends who never stop to pray, gives me more motivation and passion for me*

## ABSTRAK

K Viesta Café merupakan salah satu kafe yang beralamat di Jalan Siliwangi No. 81 Kota Sukabumi. Kafe ini memposisikan diri kepada kaum muda dan eksekutif muda sebagai tempat untuk mencari hiburan, berkumpul, bersosialisasi bersama kerabat, mengerjakan tugas, bertemu kolega, rapat hingga melakukan persentasi sambil menikmati menu yang dihidangkan oleh kafe. Penelitian ini dilatarbelakangi permasalahan yang dihadapi yaitu Keputusan Pembelian yang menurun, yang diduga penyebabnya adalah *Lifestyle* dan Fasilitas. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Lifestyle* (variabel X1) dan Fasilitas (variabel X2) terhadap Keputusan Pembelian (variabel Y).

Metode dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif dan metode asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu melalui observasi, wawancara, penyebaran kuesioner, dokumentasi dan studi kepustakaan. Teknik analisa data dimulai dari penyusunan data, tabulasi data hingga tahap pengujian.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisa menunjukkan bahwa pengaruh variabel *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,510, sedangkan pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan pembelian sebesar 0,500 dan besarnya pengaruh *Lifestyle* dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian sebesar 54% sedangkan pengaruh oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini sebesar 46%. Hasil perhitungan Uji Hipotesis F hitung  $\geq$  F tabel yaitu  $51,599 > 2,36$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara *Lifestyle* dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** *Lifestyle*, Fasilitas, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*K Viesta Café is one of cafes that are located on Jl. Siliwangi No. 81 Sukabumi. This café specializes for young man and young woman also young executive as a place to find entertainment, gathering, socialize with relative, do assignment, meeting client, meeting, and have a presentation while enjoying meal which is served by café. The research background is a faced problem deals with a decrease purchase decision that is caused by lifestyle (variable X1) and facility (variable X2) toward purchase decision (variable Y).*

*The research method applies descriptive and associative method. Data collection technique uses observation, interview, giving questioner, documentation, and literature study. Data analysis technique is started from data arrangement, data tabulation until the step of testing.*

*Based on data required from analysis result shows that the influence of lifestyle variable toward purchase decision as much as 0,510 meanwhile the facility influence toward purchase decision as much as 0,500 and the influence of lifestyle and facility toward purchase decision as much as 54% meanwhile the influence of other factor which is not included in this research is as much as 46%. The result of counting F hypothesis test  $\geq F$  table is  $51,599 > 2,36$  so that  $H_0$  is refused and  $H_1$  is accepted. It means there is a significant influence between lifestyle and facility toward purchasing decision.*

**Key words : Lifestyle, Facility, Purchasing Decision**

## KATA PENGANTAR



Assalamualaikum WR.WB

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah serta kekuatan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh *Lifestyle* dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada K.Viesta Café Kota Sukabumi”**.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak mengalami kesulitan yang disebabkan oleh adanya keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang ada, sehingga peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dalam penyajian materi maupun dalam menganalisa masalah. Namun demikian dengan adanya bantuan doa dan dorongan dari berbagai pihak yaitu berupa bimbingan, pemberian motivasi dan pemberian data yang diperlukan, maka kesulitan tersebut dapat terselesaikan. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga terutama kedua orangtua terutama Ayah, Ibu, Adik dan Kakak Serta Kokom Komariah, S.Sos, M.Si selaku pembimbing I dan Dr. R. Deni Muhammad Danial, S.Sos, M.M selaku pembimbing II yang telah banyak membantu memberikan arahan dan masukan serta motivasi tanpa rasa lelah sehingga peneliti dapat menyelesaikan



skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat berguna bagi peneliti dan bagi pihak lain yang melakukan penelitian yang sama.

Peneliti berharap dengan selesainya skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi peneliti sendiri dan pihak lain pada umumnya. Peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya karena telah mempermudah selama menjalankan proses perkuliahan baik dalam memberikan sarana maupun pra sarana, kepada:

1. Dr. Drs. Sakti Alamsyah, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
2. Dr. Reny Sukmawani, SP, MP. selaku Wakil Rektor I Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
3. Idang Nurodin, S.Ip., M.M. selaku Wakil Rektor II Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
4. Dr. Ike Rachmawati, Dra,M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
5. Lusi Susilawati S.S, M.Hum selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Administrasi dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
6. Dr. R. Deni M. Danial, S.Sos,M.M Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
7. Kokom Komariah, S.Sos, M.Si selaku sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
8. Para Dosen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi perkembangan peneliti.

9. K.Viesta Cafe Kota Sukabumi baik pimpinan maupun karyawan yang telah memberikan izin dan meluangkan waktunya kepada peneliti untuk melakukan penelitian pada perusahaan tersebut.
10. Rekan-rekan kuliah serta organisasi kampus yang telah memberi pengalaman dan ilmu yang insyallah bermanfaat bagi peneliti.
11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Sukabumi, Juli 2018

Peneliti

## DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PEDOMAN PENGGUNAAN KARYA TULIS ILMIAH**

**PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIARISME**

**MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**ABSTRAK**

*ABSTRACT*

**KATA PENGANTAR.....i**

**DAFTAR ISI.....ii**

**DAFTAR TABEL.....iii**

**DAFTAR GAMBAR.....iv**

**DAFTAR LAMPIRAN ..... v**

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Penelitian ..... 1

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah ..... 9

    1.2.1. Identifikasi Masalah ..... 9

    1.2.2. Rumusan Masalah ..... 10

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian ..... 11

    1.3.1. Tujuan Penelitian ..... 11

    1.3.2. Kegunaan Penelitian..... 11

        1.3.2.1. Kegunaan Teoritis ..... 11

        1.3.2.2. Kegunaan Praktis ..... 12

            1.3.2.2.1. Bagi Peneliti ..... 12

            1.3.2.2.2. Bagi Perusahaan ..... 12

            1.3.2.2.3. Bagi Pihak Lain ..... 12

1.4. Lokasi dan Lamanya Penelitian ..... 14

    1.4.1. Lokasi Penelitian ..... 14

    1.4.2. Lamanya Penelitian ..... 14

## **BAB II KERANGKA TEORETIS**

2.1. Tinjauan Pustaka .....	16
2.1.1. Penelitian Terdahulu .....	16
2.1.2. Pengertian Manajemen .....	23
2.1.3. Pengertian Pemasaran .....	24
2.1.4. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	26
2.1.5. Perilaku Konsumen .....	27
2.1.5.1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	27
2.1.5.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian .....	29
2.1.6. <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup) .....	31
2.1.6.1. Pengertian <i>Lifestyle</i> .....	31
2.1.6.2. Dimensi <i>Lifestyle</i> .....	33
2.1.7. Pemasaran Jasa.....	34
2.1.7.1. Pengertian Pemasaran Jasa.....	34
2.1.7.2. Karakteristik Jasa .....	37
2.1.7.3. Klasifikasi Jasa.....	38
2.1.7.4. Kategori Penawaran Jasa.....	40
2.1.7.5. Kategori Penawaran Produk Disertai Unsur Jasa ( <i>The Flower of                 Service</i> ).....	41
2.1.7.6. Unsur-Unsur Penawaran Jasa.....	42
2.1.7.7. Desain Sistem Penyampaian Jasa.....	45
2.1.7.8. Unsur-Unsur Desain Jasa .....	45
2.1.7.9. Tipe Operasi Jasa .....	47
2.1.8. Bauran Pemasaran .....	48
2.1.8.1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	48
2.1.8.2. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran Jasa .....	49
2.1.8.2.1. <i>Product</i> (Produk).....	50
2.1.8.2.2. <i>Pricing</i> (Harga) .....	51
2.1.8.2.3. <i>Promotion</i> (Promosi).....	53
2.1.8.2.4. <i>Place</i> (Tempat).....	54

2.1.8.2.5. <i>People</i> (Orang).....	55
2.1.8.2.6. <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	56
2.1.8.2.7. <i>Process</i> (Proses).....	57
2.1.8.2.8. <i>Customer Service</i> (Layanan Pelanggan) .....	58
2.1.9. Fasilitas .....	60
2.1.9.1. Pengertian Fasilitas .....	60
2.1.9.2. Desain Fasilitas Jasa.....	61
2.1.9.3. Dimensi Fasilitas.....	62
2.1.10. Keputusan Pembelian.....	64
2.1.10.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	64
2.1.10.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen .....	65
2.1.10.3. Dimensi Keputusan Pembelian .....	67
2.2. Kerangka Pemikiran & Hipotesis.....	68
2.2.1. Kerangka Pemikiran.....	68
2.2.2. Hipotesis .....	79
<b>BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Objek Penelitian .....	80
3.1.1. Objek Penelitian.....	80
3.2. Metodologi Penelitian Yang Digunakan.....	80
3.2.1. Paradigma Penelitian.....	81
3.2.2. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel.....	82
3.2.2.1. Variabel Penelitian .....	82
3.2.2.2. Variabel Bebas .....	83
3.2.2.3. Variabel Terikat .....	83
3.2.2.4. Variabel Operasional Variabel.....	83
3.2.3. Populasi dan Sampel .....	86
3.2.3.1. Populasi .....	86
3.2.3.2. Sampel.....	86
3.2.4. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	88
3.2.4.1. Uji Validitas .....	88

3.2.4.2. Uji Reliabilitas.....	90
3.2.5. Teknik Pengumpulan Data.....	90
3.2.5.1. Data Primer .....	91
3.2.5.1.1. Observasi.....	91
3.2.5.1.2. Wawancara.....	92
3.2.5.1.3. Angket (Kuesioner).....	92
3.2.5.2. Data Sekunder .....	93
3.2.5.2.1. Studi Kepustakaan.....	94
3.2.5.2.2. Dokumentasi Perusahaan .....	94
3.2.6. Teknik Analisis Data.....	94
3.2.6.1. Koefisien Korelasi Ganda .....	95
3.2.6.2. Koefisien Determinasi.....	96
3.2.7. Regresi Linier Berganda .....	97
3.2.8. Uji F .....	98

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian .....	99
4.1.1. Gambaran Umum K Viesta Café Kota Sukabumi .....	99
4.1.2. Struktur Organisasi K Viesta Café Kota Sukabumi.....	100
4.1.3. Visi, Misi dan Tujuan .....	102
4.1.3.1. Visi K Viesta Café Kota Sukabumi .....	102
4.1.3.2. Misi K Viesta Café Kota Sukabumi.....	102
4.1.3.3. Tujuan K Viesta Café Kota Sukabumi.....	102
4.1.4. Uraian Tugas Pegawai .....	103
4.2. Pembahasan .....	106
4.2.1. Deskripsi <i>Lifestyle</i> .....	106
4.2.1.1. Aktivitas (Activity) .....	107
4.2.1.1.1. K Viesta Café menunjang aktivitas konsumen dalam mengerjakan tugas / pekerjaan (rapat/persentasi) di kafe .....	107
4.2.1.1.2. Konsumen sering mencari hiburan di K.Viesta Café.....	109
4.2.1.2. <i>Interest</i> (Minat) .....	110

4.2.1.2.1. Ketertarikan konsumen mengunjungi K.Viesta Café karena sesuai dengan mode dan gaya hidup yang sedang berkembang saat ini .....	110
4.2.1.2.2. Ketertarikan konsumen mengunjungi K.Viesta Café karena merupakan salah satu media tempat untuk bersosialisasi dengan kerabat .....	112
4.2.1.3. <i>Opinions</i> (Opini) .....	113
4.2.1.3.1. Opini Konsumen Mengenai Pelayanan Di K.Viesta Café Baik .....	113
4.2.1.3.2. Konsumen setuju dengan opini yang menyebutkan bahwa mengunjungi K.Viesta Café akan mendapatkan pengakuan status sosial .....	115
4.2.1.4. <i>Demographic</i> (Demografi).....	116
4.2.1.4.1. Promo yang diberikan K.Viesta Café sesuai dengan pendidikan/pekerjaan konsumen.....	116
4.2.1.4.2. Harga yang diberikan K.Viesta Café sesuai dengan pendapatan konsumen.....	117
4.2.2. Deskripsi Fasilitas .....	121
4.2.2.1. Perencanaan Spasial .....	123
4.2.2.1.1. Tema Desain Interior Yang Menarik .....	123
4.2.2.2. Perancangan Ruang .....	124
4.2.2.2.1. Perancangan arsitektur kafe yang nyaman.....	124
4.2.2.3. Perlengkapan/ Perabotan.....	125
4.2.2.3.1. Perlengkapan/ perabotan yang dimiliki oleh K.Viesta Café lengkap .....	125
4.2.2.4. Tata Cahaya.....	128
4.2.2.4.1. Penerangan di dalam K.Viesta Café baik .....	128
4.2.2.5. Warna .....	129
4.2.2.5.1. Warna interior yang digunakan K.Viesta Café menarik ..	129
4.2.2.6. Pesan – pesan yang disampaikan secara grafis .....	130

4.2.2.6.1. Penunjuk arah atau tempat dan papan keterangan informasi di K.Viesta Café lengkap .....	131
4.2.3. Deskripsi Keputusan Pembelian .....	135
4.2.3.1. Pemilihan Produk .....	135
4.2.3.1.1. Produk makanan K.Viesta Café memenuhi kebutuhan konsumen .....	135
4.2.3.2. Pemilihan Merk .....	137
4.2.3.2.1. Konsumen memilih K.Viesta Café karena pencitraan baik .....	137
4.2.3.3. Pemilihan saluran distribusi .....	138
4.2.3.3.1. Lokasi K.Viesta Café yang strategis .....	138
4.2.3.4. Waktu Pembelian .....	139
4.2.3.4.1. Konsumen melakukan pembelian di K.Viesta Café karena butuh terhadap produk makanan dan fasilitas yang ditawarkan.....	139
4.2.3.5. Jumlah Pembelian .....	140
4.2.3.5.1. Konsumen sering melakukan konsumsi di K.Viesta Café .....	140
4.2.3.6. Metode pembayaran .....	142
4.2.3.6.1. Metode pembayaran di K.Viesta Café mudah dan beragam (kartu kredit,kartu debit,flash dll) .....	142
4.2.4. Pengaruh <i>Lifestyle</i> (Variabel X1) dan Fasilitas (Variabel X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Variabel Y) .....	145
4.2.4.1. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas <i>Lifestyle</i> .....	146
4.2.4.1.1. Hasil pengujian Validitas <i>Lifestyle</i> .....	146
4.2.4.1.2. Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Lifestyle</i> .....	148
4.2.4.2. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Fasilitas.....	149
4.2.4.2.1. Hasil pengujian Validitas Fasilitas.....	149
4.2.4.2.2. Hasil Pengujian Reliabilitas Fasilitas.....	151
4.2.4.3. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	152



4.2.4.3.1. Hasil pengujian Validitas Keputusan Pembelian .....	152
4.2.4.3.2. Hasil Pengujian Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	154
4.2.5. Uraian dan Analisis Hasil Penelitian.....	155
4.2.5.1. Analisis Korelasi Variabel <i>Lifestyle</i> , Fasilitas dan Keputusan Pembelian Pada K.Viesta Café Kota Sukabumi .....	155
4.2.5.2. Analisis Pengaruh <i>Lifestyle</i> , Fasilitas dan Keputusan Pembelian Pada K.Viesta Café Kota Sukabumi .....	157
4.2.5.3. Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda.....	160
4.2.5.4. Hasil Uji Hipotesis .....	162

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Simpulan .....	165
5.2. Saran .....	168

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Jumlah Konsumen K.Viesta Cafe.....	8
Tabel I.2. Jadwal Penelitian Skripsi.....	15
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel .....	83
Tabel 3.2. Data Konsumen.....	87
Tabel 3.3. Bobot nilai berdasarkan skala <i>likert</i> .....	93
Tabel 3.4. Koefisien Korelasi Menurut Kriteria Guilford.....	96
Tabel 4.1. Jawaban responden mengenai K.Viesta Café menunjang aktivitas konsumen dalam mengerjakan tugas/ pekerjaan (rapat/persentasi) di kafe.....	108
Tabel 4.2. Jawaban responden mengenai Konsumen sering mencari hiburan di K.Viesta Kafe Kota Sukabumi .....	109
Tabel4.3. Jawaban responden mengenai Ketertarikan konsumen mengunjungi K.Viesta Café karena sesuai dengan mode dan gaya hidup yang sedang berkembang saat ini.....	111
Tabel 4.4.Jawaban responden mengenai Ketertarikan konsumen mengunjungi K.Viesta Café karena merupakan salah satu media tempat untuk bersosialisasi dengan kerabat.....	113
Tabel 4.5.Jawaban responden mengenai Opini konsumen mengenai pelayanan di K.Viesta Café baik.....	114
Tabel 4.6. Jawaban responden mengenai Konsumen setuju dengan opini yang menyebutkan bahwa mengunjungi K.Viesta Café akan mendapat pengakuan status sosial.....	115
Tabel 4.7. Jawaban responden mengenai Promo yang diberikan K.Viesta Café sesuai dengan pendidikan/pekerjaan konsumen .....	117
Tabel 4.8. Jawaban responden mengenai Harga yang diberikan K.Viesta Café sesuai dengan pendapatan konsumen .....	118
Tabel 4.9. Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Lifestyle</i> .....	119

Tabel 4.10.	Jawaban responden mengenai Tema desain interior di K.Viesta Café menarik .....	123
Tabel 4.11.	Jawaban responden mengenai Perancangan arsitektur kafe yang nyaman .....	125
Tabel 4.12.	Jawaban responden mengenai Perlengkapan/perabotan yang dimiliki oleh K.Viesta Café lengkap .....	126
Tabel 4.13.	Jawaban responden mengenai Penerangan di dalam K.Viesta Café baik.....	128
Tabel 4.14.	Jawaban responden mengenai warna interior yang digunakan K.Viesta Café menarik .....	130
Tabel 4.15.	Jawaban Responden Mengenai Penunjuk arah atau tempat dan papan keterangan informasi di K.Viesta Café lengkap .....	131
Tabel 4.16.	Jumlah skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Fasilitas.....	132
Tabel 4.17.	Jawaban responden mengenai Produk makanan K.Viesta Café memenuhi kebutuhan konsumen .....	136
Tabel 4.18.	Jawaban responden mengenai Konsumen memilih K.Viesta Café karena pencitraan baik .....	137
Tabel 4.19.	Jawaban responden mengenai Lokasi K.Viesta Café yang strategis.....	138
Tabel 4.20.	Jawaban responden mengenai Konsumen melakukan pembelian di K.Viesta Café karena butuh terhadap produk makanan dan fasilitas yang ditawarkan .....	140
Tabel 4.21.	Jawaban responden mengenai Konsumen sering melakukan konsumsi di K.Viesta Café .....	141
Tabel 4.22.	Jawaban responden mengenai Metode pembayaran di K.Viesta Café mudah dan beragam .....	142
Tabel 4.23.	Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian .....	143
Tabel 4.24.	Kriteria Jawaban Serta Bobot Nilai .....	146
Tabel 4.25.	Hasil Pengujian Validitas Item <i>Lifestyle</i> .....	147

Tabel 4.26.	Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Lifestyle</i> .....	149
Tabel 4.27.	Hasil Pengujian Validitas Item Fasilitas .....	150
Tabel 4.28.	Hasil Pengujian Reliabilitas Fasilitas.....	152
Tabel 4.29.	Hasil Pengujian Validitas Item Keputusan Pembelian .....	153
Tabel 4.30.	Hasil Pengujian Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	155
Tabel 4.31.	Hasil Pengujian Koefisien Korelasi antara <i>Lifestyle</i> dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian .....	156
Tabel 4.32.	Koefisien Korelasi Menurut Kriteria Guilford.....	156
Tabel 4.33.	Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda.....	161
Tabel 4.34.	Hasil Pengujian Hipotesis (Uji F) <i>Lifestyle</i> dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	163

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Pemikiran.....	78
Gambar 3.1.	Paradigma Penelitian.....	82
Gambar 4.1.	Struktur Organisasi K.Viesta Café Kota Sukabumi .....	101
Gambar 4.2.	Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variable <i>Lifestyle</i> .....	120
Gambar 4.3.	Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variable Fasilitas .....	133
Gambar 4.4.	Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variable Keputusan Pembelian .....	144
Gambar 4.5.	Tingkat Korelasi antara <i>Lifestyle</i> , Fasilitas dan Keputusan Pembelian pada K.Viesta Café Kota Sukabumi .....	157
Gambar 4.6.	Paradigma Hasil Penelitian pada K.Viesta Café Kota Sukabumi.....	159
Gambar 4.7.	Kurva Daerah Distribusi Normal untuk daerah penerimaan $H_0$ dan $H_1$ antara $X_1$ dan $X_2$ terhadap $Y$ .....	164

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	No	Judul Lampiran
Lampiran	1	Kuesioner
Lampiran	2	Skor Jawaban Responden <i>Lifestyle</i> (X1)
Lampiran	3	Nilai Interval <i>Lifestyle</i> (X1)
Lampiran	4	Skor Jawaban Responden Fasilitas (X2)
Lampiran	5	Nilai Interval Fasilitas (X2)
Lampiran	6	Skor Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y)
Lampiran	7	Nilai Interval Keputusan Pembelian (Y)
Lampiran	8	Hasil Uji Validitas <i>Lifestyle</i> (X1)
Lampiran	9	Hasil Uji Reliabilitas <i>Lifestyle</i> (X1)
Lampiran	10	Hasil Uji Validitas Fasilitas (X2)
Lampiran	11	Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas (X2)
Lampiran	12	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)
Lampiran	13	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)
Lampiran	14	Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada K.Viesta Café Kota Sukabumi
Lampiran	15	Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada K.Viesta Café Kota Sukabumi
Lampiran	16	Pengaruh <i>Lifestyle</i> dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada K.Viesta Café Kota Sukabumi
Lampiran	17	F Tabel
Lampiran	18	Surat Keterangan Melakukan Penelitian Pada K.Viesta Café Kota Sukabumi
Lampiran	19	Surat Izin Melakukan Penelitian Pada K.Viesta Café Kota Sukabumi
Lampiran	20	Surat Izin Usaha Perdagangan Pada K.Viesta Café Kota Sukabumi
Lampiran	21	Keterangan <i>Non Plagiarisma</i>
Lampiran	22	<i>Fotocopy</i> Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran	23	Daftar Riwayat Hidup