

SKRIPSI

**PENGARUH ADVENTURE SHOPPING, SOCIAL
INFLUENCE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z
DI DE'PIEK CAFÉ & RESTO**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

**MAIMUNAH S
NIM : 1825152**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2023**

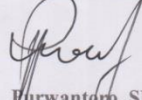
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : MAIMUNAH S
NIM : 12825153
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH *ADVENTURE SHOPPING, SOCIAL INFLUENCE* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z DI DE'PIEK CAFÉ & RESTO

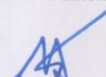
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada hari Jum'at, 3 Februari 2023 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 16 Juli 2023

Pembimbing I

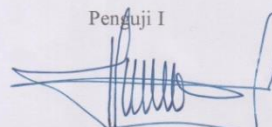

Purwanto, SE. M.Si
NIDN. 1030049001

Pembimbing II

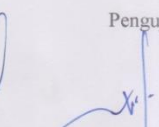

Makmur, SE., M.MA
NIDN. 1010038001

Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

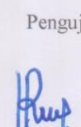
Penguji I


Dr. Hendry Kurniawan, SE. MM
NIDN. 1003078701

Penguji II


Arfianti Novita Anwar, MM
NIDN. 1013058302

Penguji III


Hidayat, SE., M.M
NIDN. 1027058603

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian


Arrafiqur Rahman, SE. MM
NIDN. 1018108502



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **MAIMUNAH S**
Nomor Mahasiswa : **1825153**
Program Studi : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH *ADVENTURE SHOPPING, SOCIAL INFLUENCE* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z DI DE'PIEK CAFÉ & RESTO**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta tidak juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 11 Januari 2023
Yang Membuat Pernyataan



MAIMUNAH S

ABSTRAK

MAIMUNAH S. NIM: 1825152. 2022. PENGARUH *ADVENTURE SHOPPING*, *SOCIAL INFLUENCE* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z DI DE'PIEK CAFÉ & RESTO. PEMBIMBING I: PURWANTORO SE.,M.Si, DAN PEMBIMBING II: MAKMUR, SE., M.MA

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh *adventure shopping*, *social influence* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian generasi Z di De'Piek Café & Resto baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen De'Piek Café & Resto Ujung Batu. Sampel penelitian menggunakan teknik aksidental sampling sebanyak 270 orang. Variabel bebas dalam penelitian ini *adventure shopping* (X1), *social influence* (X2), persepsi harga (X3) dan variabel terikat (Y) keputusan pembelian. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, metode kuesioner, wawancara dan penelitian kepustakaan. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Secara parsial, diperoleh t-hitung *adventure shopping* 3.734, *social influence* 4.603 dan persepsi harga 22.568. Secara simultan, diperoleh F-hitung 223.644. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 71,3% keputusan pembelian dipengaruhi oleh *adventure shopping*, *social influence* dan persepsi harga, sedangkan sisanya 28,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil uji secara parsial dan simultan *adventure shopping*, *social influence* dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *adventure shopping*, *social influence*, persepsi harga, keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr,Wb

Pertama-tama penulis mengucapkan Syukur dan terima kasih kepada Allah Allah Shubhanallah wa taala, yang telah memberikan anugerah dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari banyak pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Hardianto, M.Pd Selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian
2. Bapak Arrafiqur Rahman SE, MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Univesitas Pasir Pengaraian.
3. Bapak Purwantoro SE.,M.Si ebagai Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian sekaligus sebagai dosen pembimbing I yang telah mengarahkan penulis dalam membuat skripsi ini.
4. Bapak Makmur SE., M.MA sebagai dosen pembimbing II yang telah mengarahkan penulis dalam membuat skripsi ini.
5. Para Stap Pengajar Program S-1 Manajemen Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberikan ilmu manajemen melalui suatu kegiatan belajar mengajar dengan dasar pemikiran analisis dan pengetahuan yang lebih baik.
6. Kedua Orang Tua dan Adik-adiku yang telah memberikan dorongan dan semangat untuk tidak mudah menyerah dalam menghadapi tantangan.

7. Sahabat-Sahabat tercinta yang telah memberikan dukungan semangat, serta sebuah persahabatan dan kerja sama yang baik selama kuliah di Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian .

Hanya doa yang dapat diberikan penulis semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan bapak, ibu, saudara dan sahabat. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pemerintah, masyarakat, peneliti lain dan pihak yang berkepentingan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen.

Wassalamu'alikum Wr, Wb.

Pasir Pengaraian, Juli 2023

MAIMUNAH S

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	13

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Pengertian <i>Adventure Shopping</i>	14
2.1.1.1 Indikator <i>Adventure Shopping</i>	15
2.1.2 Pengertian <i>Social Influence</i>	18
2.1.2.1 Indikator <i>Social Influence</i>	19
2.1.3 Pengertian Persepsi Harga.....	20
2.1.3.1 Tujuan Penetapan Harga.....	22
2.1.3.2 Indikator Harga.....	23
2.1.4 Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
2.1.4.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	25
2.1.4.2 Tahap Keputusan Pembelian	27
2.1.4.3 Komponen Keputusan Pembelian.....	28

2.1.4.4 Indikator yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	30
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	32
2.2 Kerangka Konseptual	33
2.3 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	35
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.4 Teknik Pengambilan Data	38
3.5 Variabel Definisi Operasional	39
3.6 Instrumen Penelitian	40
3.7 Teknik Analisis Data	42
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.3 Analisis regresi Linier Berganda.....	44
3.7.4 Koefisien Determinasi (R ²).....	44
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1 Profil Toko.....	47
4.1.2 Visi dan Misi.....	47
4.1.3 Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas.....	48
4.2 Karakteristik Responden.....	50
4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2.2 Berdasarkan Usia.....	50
4.2.3 Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	51
4.2.4 Berdasarkan jumlah Penghasilan Perbulan.....	52
4.2.5 Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Dalam Sebulan..	53
4.2.6 Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan.....	53
4.2.7 Berdasarkan sumber informasi tentang	

DE'PIEK CAFÉ & RESTO.....	54
4.3 Pengujian Instrument Penelitian.....	55
4.3.1 Uji Validitas.....	55
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.4 Analisis Deskriptif.....	57
4.4.1 Analisis TCR <i>Adventure Shopping</i>	57
4.4.2 Analisis TCR <i>Social Influence</i>	58
4.4.3 Analisis TCR Variabel Persepsi Harga.....	58
4.4.4 Analisis TCR Variabel Keputusan Pembelian.....	59
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.5.1 Uji Normalitas.....	60
4.5.2 Uji Multikolonearitas.....	60
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.7 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	64
4.8 Pengujian Hipotesis.....	65
4.8.1 Uji t.....	65
4.8.2 Uji F.....	67
4.9 Pembahasan.....	68
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Cafe dan Rumah Makan di Kota Ujung Batu Tahun 2018–2022.....	8
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung De’Piek Café & Resto.....	9
Tabel 1.3 Data Pendapatan De’Piek Café & Resto.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	32
Tabel 3.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Penilaian Skor Terhadap Jawaban Kuesioner.....	40
Tabel 3.3 Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR).....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan Perbulan.....	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Dalam Sebulan.....	53
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan.....	53
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Infomasi Tentang De’piek Café & Resto.....	54
Tabel 4.8 Hasil Pengukuran Validitas.....	55
Tabel 4.9 Hasil Pengukuran Reliabel.....	56
Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Adventure Shopping</i>	57
Tabel 4.11 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Social Influence</i>	58
Tabel 4.12 Penilaian Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga.....	58
Tabel 4.13 Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas.....	61

Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4.16	Model Summary.....	65
Tabel 4.17	Hasil Uji t.....	66
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Secara Simultan.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi De'Piek Café & Resto.....	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data.....	60
Gambar 4.3 Hasil Uji heteroskedasitas.....	62