

PENGARUH *ACTIVITIES, INTEREST, DAN OPINION* TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MEMILIH *STARBUKCS COFFEE* PALEMBANG INDAH MALL
SEBAGAI TEMPAT BERSANTAI



Skripsi Oleh :

AJI BAYU

01111001106

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk

Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2016

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH *ACTIVITIES, INTEREST, DAN OPINION* TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH *STARBUCKS COFFEE* PALEMBANG
INDAH *MALL* SEBAGAI TEMPAT BERSANTAI

Disusun oleh :

Nama : Aji Bayu
NIM : 01111001106
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal

Ketua

16 Februari 2016

Drs. H.Ahmad Widad , M.Sc
NIP. 19551228198 1021002

Tanggal

Anggota

16 Februari 2016

H. Dian Eka, S.E., M.M
NIP. 19610106199003100

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *ACTIVITIES, INTEREST, DAN OPINION* TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH *STARBUCKS COFFEE* PALEMBANG
INDAH *MALL* SEBAGAI TEMPAT BERSANTAI

Disusun oleh :

Nama : Aji Bayu
NIM : 01111001106
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal **16 Maret 2016** dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Indralaya, Maret 2016

Ketua

Anggota

Anggota

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

Drs. H.Ahmad Widad , M.Sc
NIP. 19551228198 1021002

H. Dian Eka, S.E., M.M
NIP.196101061990031002

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Aji Bayu
NIM : 01111001106
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran

Menyatakan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul: **Pengaruh *Activities, Interest, dan Opinion* Terhadap Keputusan Konsumen Memilih *Starbucks Coffee Palembang Indah Mall* Sebagai Tempat Bersantai.**

Pembimbing:

Ketua : Drs. H.Ahmad Widad , M.Sc

Anggota : H. Dian Eka, S.E., M.M

Tanggal Ujian : 16 Maret 2016

adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar di kemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Inderalaya, 18 Maret 2016
Pembuat Pernyataan

Aji Bayu
NIM : 01111001106

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunnia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul Pengaruh *Activities, Interest, Opinion* Terhadap Keputusan Konsumen Memilih *Starbucks Coffee* Palembang Indah Mall Sebagai Tempat Bersantai. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas bagaimana Pengaruh *Activities, Interest, dan Opinion* Terhadap Keputusan Konsumen Memilih *Starbucks Coffee* Palembang Indah Mall Sebagai Tempat Bersantai. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Mohamad Adam, S.E, M.E selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak H. Dian Eka, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Welly Nailis, S.E, M.M selaku Sekretaris Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

8. Teristimewa kepada kedua orang tua saya yang saya cintai Bapak Suriyanto dan Ibu Jumiati yang telah memberikan dukungan, do'a, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada kakak dan keponakan saya yang nakal Mas Agung dan Iqbal yang telah memberikan motivasi, semangat, do'a, dan inspirasi dalam mengerjakan penelitian ini.
10. Terima kasih kepada sahabat saya dalam keadaan suka maupun duka Nias, Edo Mamas, Erick, Kumis, Mijik, Pepe, Abdi, Amran, Hari, Hervin, Geral, Ilma, dan Giyan yang selalu memberikan semangat, inspirasi, nasihat, serta motivasi dalam pengerjaan penelitian ini. Orang yang selalu terdepan untuk membangkitkan saya ketika terjatuh. I love you all guys, kita nakal bareng-bareng dan sukses bareng-bareng.
11. Terima kasih kepada wanita spesial dalam hidup saya setelah ibu saya, yaitu pacar saya Masayu Chintya Carolina yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi, wejangan, yang selalu cerewet, serta memberikan bantuan baik materil dan moril dalam pengerjaan penelitian ini.
12. Terima kasih juga kepada Sanggar Zahri Enterprise yang sudah menjadi tempat untuk mengeluarkan keluh kesah selama pengerjaan penelitian ini. Terima kasih untuk Mbak Dian, Ibuk, Ayah, Mas Surya, Nata, Chiesa, Imam, Ajul, Dian, Putri, Indah, Singgih, Winda serta seluruh anggota Sanggar Zahri Enterprise yang sudah memberikan semangat dan motivasi.
13. Terima kasih kepada teman-teman seluruh angkatan Manajemen 2011 terutama Riski, Ria, Jauhari, Fahri, Oswin, Doni, Febriyanto, Hilmy, Robby Wijaya, Faisal, Farid, Chris, Marina, Dika, dan Khaled yang telah memberikan ilmu, pelajaran, dan juga pengalaman selama kuliah.
14. Terima kasih secara khusus saya ucapkan kepada sahabat saya Muhammad Tarmizi karena telah berkenan meminjam laptop miliknya guna saya menyelesaikan penelitian ini. Budi baikmu akan aku kenang selalu sahabatku.
15. Dan terima kasih juga kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu atas bantuannya dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala amal kebaikan kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, Aamiin Yarobbal'amin.

Inderalaya, 18 Maret 2016

Penulis,

ABSTRAK

Pengaruh *Activities*, *Interest*, dan *Opinion* Terhadap Keputusan Konsumen Memilih *Starbucks Coffee* Palembang Indah Mall Sebagai Tempat Bersantai

Oleh :
Aji Bayu

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *activities*, *interest*, dan *opinion* secara parsial dan simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih *Starbucks Coffee* Palembang Indah Mall serta mencari variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen. Variabel bebas pada penelitian ini adalah *activities* (X1), *interest* (X2), dan *opinion* (X3), serta variabel terikat yaitu keputusan konsumen (Y). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling*. Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap seluruh pengunjung *Starbucks Coffee* Palembang Indah Mall sebanyak 100 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel *activities*, *interest*, dan *opinion* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen tetapi secara parsial, hanya *opinion* yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel *opinion* memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan konsumen.

Kata kunci : *Activities, Interest, Opinion, Keputusan Konsumen*

Pembimbing I

Drs. H.Ahmad Widad , M.Sc
NIP. 19551228198 1021002

Pembimbing II

H. Dian Eka, S.E., M.M
NIP. 196101061990031002

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

ABSTRACT

Influence of Activities, Interest and Opinion on Costumer Decision for Choosing Starbucks Coffee Palembang Indah Mall as Hangout Place

By:

Aji Bayu

The research purposes knowing the influence of the activities, interest and opinion partially and simultaneously on costumer decision for choosing Starbucks Coffee Palembang Indah Mall and finding the most dominant variable influencing customer decisions. The independent variables are activities (X1), interest (X2) and opinion (X3), and the dependent variable is costumer decision (Y). The sampling technique is purposive sampling. Questionnaires are spread on 100 respondents who are the customer of Starbucks Coffee Palembang Indah Mall. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, uji t, uji F Data analysis techniques used are multiple linear regression, T-test and F-test and Determinant Test. The results of research indicate that variable activities, interest and opinion simultaneously have a significant influence on customer decision, but partially, only opinion variabel that significantly influence the customer decision. The results also indicate that the variable of opinion is the most dominant influence on customer decisions.

Keywords: *Activities, Interest, Opinion, Customer Decision*

Advisor I

Advisor II

Drs. H.Ahmad Widad , M.Sc
NIP. 19551228198 1021002

H. Dian Eka, S.E., M.M
NIP. 196101061990031002

Acknowledged by,
Chairman

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

RIWAYAT HIDUP

- Nama Mahasiswa** : **Aji Bayu**
- Jenis Kelamin** : **Laki-laki**
- Tempat/Tanggal Lahir** : **Palembang/ 03 Februari 1993**
- Agama** : **Islam**
- Status** : **Belum Menikah**
- Alamat Rumah (Orangtua)** : **Jl.D.I. Panjaitan Gg. Gaya Baru No.33**
- Alamat Email** : ajibayu03@gmail.com
- Pendidikan Formal**
- Sekolah Dasar** : **SD Negeri 320 Palembang**
- SMP** : **SMP Negeri 16 Palembang**
- SMA** : **SMA Negeri 08 Palembang**
- Pengalaman Organisasi** :
- **Anggota Sanggar Kesenian SMAN 08 Palembang**
 - **Ketua Seksi Bidang 08 SMAN 08 Palembang**
 - **Anggota OSIS SMAN 08 Palembang**
 - **Anggota IKAMMA Unsri**
 - **Wakil Ketua II IKAMMA Periode 2013-2014**
 - **Anggota Sanggar Zahri Enterprise**

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
RIWAYAT HIDUP.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis	6
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	8
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	9
2.1.3. Analisis psikografis.....	15
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Konseptual.....	20
2.4. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Rancangan Penelitian.....	22
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	22

3.2.1 Populasi.....	22
3.2.2. Sampel.....	23
3.3. Instrumen Penelitian.....	24
3.3.1 Pengukuran Instrumen Penelitian	25
3.3.2 Uji Instrumen	25
3.4. Variabel Penelitian.....	26
3.4.1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	26
3.4.2. Definisi operasional variabel	27
3.5. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5.1. Jenis Data	28
3.5.2. Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Hasil Penelitian	33
4.1.1. Uji Instrumen	33
4.1.2. Analisis Statistik Deskriptif Non Variabel.....	36
4.1.3. Analisis Deskriptif Variabel Utama.....	46
4.2. Analisis Data	49
4.2.1. Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.2.2. Uji Simultan (F)	51
4.2.3. Uji Parsial (t).....	52
4.2.4 Uji Determinasi.....	54
4.3. Pembahasan.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	59
5.3. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Jumlah Pengunjung <i>coffee shop</i> di Palembang tahun 2014	3
Tabel 2.1	Dimensi Gaya Hidup.....	17
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1	Skala Likert.....	25
Tabel 3.2	Definisi Variabel	27
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.2	Uji Realibitas	36
Tabel 4.3	Profil Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4.4	Profil Usia Responden	38
Tabel 4.5	Profil Pendidikan Terakhir yang di Tempuh Responden.....	38
Tabel 4.6	Profil Profesi Utama Responden	39
Tabel 4.7	Profil Tempat Favorit untuk Mengisi Waktu Luang Responden ..	40
Tabel 4.8	Profil Jam Berkunjung Responden ke <i>Starbucks Coffee</i> Palembang Indah <i>Mall</i>	41
Tabel 4.9	Profil Teman Berkunjung Responden ke <i>Starbucks Coffee</i> Palembang Indah <i>Mall</i>	42
Tabel 4.10	Profil Posisi <i>Table</i> Favorit Responden	43
Tabel 4.11	Profil Alasan Responden Berkunjung ke <i>Starbucks Coffee</i> Palembang Indah <i>Mall</i>	44
Tabel 4.12	Profil Pengeluaran Rata-Rata Responden	45

Tabel 4.13 Jawaban Responden Terhadap <i>Activities Starbucks Coffee</i>	
Palembang Indah Mall	46
Tabel 4.14 Jawaban Responden Terhadap <i>Interest Starbucks Coffe</i>	
Palembang Indah Mall	47
Tabel 4.15 Jawaban Responden Terhadap <i>Opinion Starbucks Coffe</i>	
Palembang Indah Mall	48
Tabel 4.16 Jawaban Responden Terhadap Keputusan Konsumen	
<i>Starbucks Coffe</i> Palembang Indah Mall	49
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (F)	52
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (t)	53
Tabel 4.20 Tabel Uji Determinasi (R)	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	20

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1. UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS	63
LAMPIRAN 2. PROFIL RESPONDEN	68
LAMPIRAN 3. DISTRIBUSI FREKUENSI PENILAIAN RESPONDEN	73
LAMPIRAN 4. ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	79
LAMPIRAN 5. KUISIONER	82

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kehidupan masyarakat tidak bisa terlepas dari gaya hidup yang melekat pada diri mereka. Gaya hidup merupakan cara hidup individu yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas), apa yang mereka anggap penting (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitar (Plummer, 1983). Gaya hidup di masa kini telah dianggap sebagai hal yang penting terutama di kalangan masyarakat, banyak kegiatan yang berkaitan dengan gaya hidup dalam berinteraksi sehari-hari terutama masalah mengenai memenuhi kepuasan batin dimana masyarakat biasanya menghabiskan waktu di beberapa tempat yang terletak di pusat kota sebagai tempat mereka bersantai. Tempat bersantai menjadi sebuah fenomena yang cukup marak di kalangan masyarakat dewasa ini.

Tempat bersantai memiliki suasana yang berbeda-beda karena tempat bersantai sering dimanfaatkan masyarakat di dunia untuk mencari ketenangan, tempat menikmati waktu senggang, dan bersantai sesaat bersama teman-teman sembari bersosialisasi dan berbaur dengan lingkungan. Banyak tempat bersantai yang dapat dijumpai di lingkungan masyarakat saat ini, bila masyarakat ingin berbelanja keperluan pribadi, mereka bisa mengunjungi *department store*. Jika masyarakat ingin menikmati waktu senggang dengan berolahraga dan menjaga kebugaran tubuh, mereka dapat memilih *fitness center*. Selain itu *Salon and Spa*

pun tersedia untuk mereka yang sangat memperhatikan kecantikan dan penampilan luar. Untuk masyarakat yang mencari kesenangan dan memiliki hobi menonton film, mereka dapat mengunjungi *Cinema*/Bioskop. Bagi beberapa kalangan masyarakat yang lebih memilih mencari tempat bersantai sembari menikmati secangkir kopi atau teh dan mengobrol, mereka akan memilih *Café* sebagai pilihan yang tepat. Selain itu pula, bagi masyarakat yang ingin menikmati waktu senggang dengan berjalan-jalan dan melihat-lihat produk atau barang yang ditawarkan tanpa membeli atau yang sering disebut “cuci mata”, mereka akan memilih pergi ke *Mall*, di mana *Mall* menyediakan semua itu. Tetapi selain alasan tersebut masih banyak alasan mengapa masyarakat lebih memilih tempat bersantai seperti *Mall* di bandingkan tempat bersantai lainnya.

Minum kopi sudah menjadi gaya hidup seiring banyaknya *coffee shop* di Indonesia. Hal ini juga terjadi di kota Palembang, banyak masyarakat kota Palembang yang gemar mengunjungi *coffee shop* untuk menghabiskan waktu untuk bersantai. Khususnya *coffee shop* yang sedang digandrungi oleh masyarakat Palembang yaitu *Starbucks Coffee*. *Starbucks Coffee* Indonesia resmi membuka gerai ke 140 di Palembang Indah Mall berlokasi di lantai dasar PIM pada tanggal 4 Januari 2013 (detik.com, 2013). *Starbucks Coffee* begitu diminati oleh masyarakat Palembang bisa dilihat dari jumlah rata-rata pengunjung *Starbucks* untuk beberapa bulan kebelakang pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Jumlah pengunjung *coffee shop* di Palembang tahun 2014

Bulan	Starbucks	Excelsco	Newtown Kopitiam
Januari	4.875	3.897	3.450
Februari	4.625	4.120	3.342
Maret	7.200	4.963	4.524
April	5.470	3.540	3.250
Mei	6.987	4.698	4.350
Juni	5.480	5.036	4.635
Juli	6.897	4.123	4.369
Agustus	5.530	3.987	3.986
September	6.561	5.351	4.897
Oktober	7.030	4.876	5.369
November	5.531	3.789	4.361
Desember	7.540	5.856	5.098

Sumber : *starbucks, excelsco, newtown kopitiam*.

Hal ini menunjukkan bahwa *Starbucks Coffee* menjadi salah satu pilihan masyarakat Kota Palembang sebagai tempat bersantai. Tentunya masyarakat Kota Palembang memilih *Starbucks Coffee* bukan hanya sekedar untuk minum kopi, tetapi ada beberapa faktor yang membuat masyarakat Kota Palembang menjadikan *Starbucks Coffee* sebagai pilihan. Banyak kegiatan atau aktifitas yang bisa dilakukan di *Starbucks Coffee* misalnya, mengerjakan tugas, bertemu rekan kerja, atau menggunakan fasilitas *WiFi* untuk sekedar menjelajahi dunia maya atau keperluan pekerjaan. Masyarakat Palembang juga menaruh minat lebih terhadap *Starbucks Coffee* dikarenakan tempatnya yang nyaman, memiliki fasilitas yang dan pelayanan yang baik, serta menu yang disajikan pun bisa memuaskan pelanggan. Masyarakat menganggap harga yang dibayar untuk segelas kopi di *Starbucks Coffee* sesuai dengan kualitas dan rasa yang disajikan. Serta minum kopi di *Starbucks Coffee* sendiri memberikan kesan yang lebih bergengsi. Analisis AIO atau *activities, interest, dan opinion* menjadi faktor utama yang dilakukan

terhadap konsumen agar dapat mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, apa yang menjadi tujuan konsumen, dan apa pendapat dan pemikiran konsumen setelah memilih *Starbucks Coffee* sebagai sarana *hang out* atau tempat bersantai mereka. Psikografis tidak dapat dilepas dari masalah gaya hidup yang ada di masyarakat.

Gaya hidup AIO (*activities, interest, opinion*)

Motivasi yang muncul dari dalam diri seseorang dapat berasal dari atribut internal dan eksternal. Atribut internal yang dimaksud adalah nilai diri atau psikografis sedangkan atribut eksternal dapat berupa kelompok referensi, informasi tentang produk, budaya dan sebagainya. Psikografis pelanggan sering disebut analisis gaya hidup karena ditinjau dari dua dimensi konsep diri dan gaya hidup. Penelitian psikografis selalu berdasarkan AIO (*Activities, Interest, and Opinion*) atau kegiatan, minat, dan pendapat. Riset AIO adalah suatu bentuk riset pelanggan yang memberikan profil jelas dan praktis mengenai segmen-segmen pelanggan, tentang aspek-aspek kepribadian pelanggan yang penting, motif belinya, minatnya, sikapnya, keyakinannya, nilai-nilai yang dianutnya (Schiffmann dan Kanuk, 2000:315). AIO pun menjadi patokan bagi perusahaan untuk mengetahui dan mempengaruhi keputusan konsumen.

Dari uraian di atas dan melihat hubungan antara psikografis dengan keputusan konsumen dalam memilih tempat bersantai atau tempat hangout, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang **“Pengaruh *Activities, Interest, dan Opinion* Terhadap Keputusan Konsumen Memilih *Starbucks Coffee* Palembang Indah Mall Sebagai Tempat Bersantai”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Variabel AIO (*activities, interest, dan opinion*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih *Starbucks Coffee Palembang Indah Mall* sebagai tempat bersantai.
2. Di antara variabel AIO tersebut, variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan konsumen memilih *Starbucks Coffee Palembang Indah Mall* sebagai tempat bersantai.

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah variabel AIO (*activities, interest, dan opinion*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih *Starbucks Coffee Palembang Indah Mall* sebagai tempat bersantai.
2. Untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan konsumen memilih *Starbucks Coffee Palembang Indah Mall* sebagai tempat bersantai.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Sebagai masukan dan informasi bagi para peneliti dan pembaca dalam hal pengembangan penelitian yang menurut tinjauan dari *Activities, Interest, dan*

Opinion (AIO), serta diharapkan sebagai penambah pengetahuan baik bagi jurusan dan konsentrasi Manajemen Pemasaran.

1.4.2. Manfaat Praktis

Memperkaya peneliti tentang Analisis Psikografis terhadap keputusan konsumen dalam memilih *Starbucks Coffee Palembang Indah Mall* sebagai tempat bersantai sekaligus dapat memberikan edukasi untuk pihak-pihak terkait. Selain itu dapat menjadi kontribusi bagi perusahaan maupun individu yang melakukan analisis tentang faktor psikografis terhadap konsumen khususnya pada perusahaan dan memiliki fokus pada minat khalayak.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memahami secara jelas mengenai isi dari penelitian ini, maka sistem penulisan disusun ke dalam beberapa bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan tentang landasan teori, penelitian yang relevan atau penelitian yang telah dilakukan sebelumnya berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis (penelitian terdahulu) dan kerangka pemikiran

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini merupakan bagian yang menguraikan tentang ruang lingkup

penelitian, rancangan penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, identifikasi dan definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, dan metode analisis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini merupakan penjelasan tentang hasil yang diperoleh dari penelitian dan analisis yang telah dilakukan untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran dari analisis yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Penerbit PT Ghalia Indonesia
- Khasali, Renald. 1998 . *Membedik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting, Positioning*. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000, *Costumer behaviour*, Internasional Edition, Prentice Hall
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : Penerbit CAPS
- Slideshare. 2013. Diambil pada 20 Agustus 2014 dari <http://www.slideshare.net/noviantika93/pengertian-perilaku-konsumen-menurut-para-ahli-27875428>
- Sosial Budaya. 2011. Diambil pada 20 Agustus 2014 dari <https://sosiologibudaya.wordpress.com/2011/05/18/gaya-hidup/>
- Academia. 2014. Diambil pada tanggal 20 Agustus 2014 dari https://www.academia.edu/5199481/Pengertian_keputusan_pembelian_menurut_Helga_Drumond
- Wijaya, Bernad. T. 2009. *Lifestyle Marketing*. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama
- Walker, Boyd L, 1997. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Alih Bahasa Oleh Imam Nurmawan, Erlangga, Jakarta.
- Summer, O.John. 1997. “The Identity of Women’s Clothing Fashion Opinion Leadres”. *Journal of Management Research*, Vol. 7 No.2. pp-178-185 @ American Marketing Association
- Kotler dan Amstrong, 2001. *PrinsipPrinsip Pemasaran*. Jilid 1, penerbit Erlangga, Jakarta.

- Malhotra, Naresh, 1996. *Marketing Research : An Applied Orientation, Second Edition*, Prentice Hall, Inc. New Jersey.
- Mowen dan Minor, 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1, edisi kelima, penerbit Erlangga, Jakarta.
- Simamora Bilson, 2000. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Penerbit PT.Gramedia Pustaka Utama
- Churchil Gilbert.A, JR, 2005. *Dasar-Dasar Riset Pemasaran*. Jilid 1, edisi keempat, penerbit Erlangga
- Juliandi Azuar, Irfan, Mnaurung Saprial. 2014. Penerbit UMSU PRESS
- Pratiwi, Swasti Dian 2013. “Pengaruh Dimensi Activity, Interest Dan Opinion (Aio) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Busana Muslim Shafira Di Samarinda”. *Journal Publikasi Ilmiah*. Vol. 1 No.1 Universitas Mulawarman
- Engel, James F., et.al. 1994. *Consumer Behavior*. Diterjemahkan oleh F.X. Budiyanto. *Perilaku Konsumen*. Edisi keenam. Cetakan pertama. Jilid II. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Tanjung, Faizal. 2015. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Sempoerna A Mild (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Fakultas Ekonomi Indralaya). *Skripsi*. Universitas Sriwijaya.
- Uden. 2010. Pengaruh Pendapat, Minat, Aktivitas Terhadap Keputusan Pembelian Rokok A-Mild. *Skripsi*. UIN Jakarta
- SPSS Indonesia.2014. Diambil pada tanggal 3 Januari 2015 dari <http://www.spssindonesia.com/2014/02/download-ebook-spss-gratis.html>
- Azwar Elfi, 2013. “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Batik Di Kota Padang” *Journal Mahasiswa*. Vol. 1 No. 1 Universitas Andalas