

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *PRICE FAIRNESS*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
PURCHASE DECISION SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PELANGGAN MAXX
COFFEE DI SURABAYA**



OLEH:

NOVITASARI MANURUNG

(3103015040)

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *PRICE FAIRNESS*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
PURCHASE DECISION SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PELANGGAN MAXX COFFEE
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH :

NOVITASARI MANURUNG

3103015040

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *PURCHASE DECISION*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN
MAXX COFFEE DI SURABAYA**

Oleh :

NOVITASARI MANURUNG

3103015040

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1



Drs. Ec. Yulius Koesworo

NIK: 311.89.0152

Tanggal : 17/6/2019

Pembimbing 2



Maria Mia Kristanti, S.E., MM

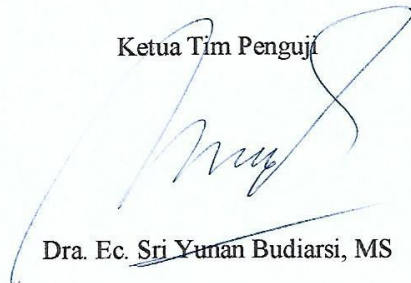
NIK: 311.98.0359

Tanggal : 17/6/2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Novitasari Manurung NRP 3103015040 Telah diuji
pada 3 Juli 2019 Dan dinyatakan LULUS oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dra. Ec. Sri Yuman Budiarsi, MS

NIK 311.83.0099

Mengetahui



Dr. Edovikus Lasdi, M.M., Ak, CA, CPA
NIK. 321. 99. 0370

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H.L., SE., M.Se
NIK: 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novitasari Manurung

NRP : 3103015040

Judul : *PENGARUH LIFESTYLE DAN PRICE FAIRNESS TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI PURCHASE DECISION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN MAXX COFFEE DI SURABAYA*

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya Tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2019

Yang menyatakan,


(Novitasari Manurung)

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang tak henti hentinya kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan anugerah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul :

“PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *PURCHASE DECISION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN MAXX COFFEE DI SURABAYA.”

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan dari Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Namun demikian disadari penulis bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak terlebih para pengajar di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan para pihak terkait lainnya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bpk. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bpk. Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan, memberikan motivasi dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu. Maria Mia Kristanti, S.E., MM selaku dosen pembimbing yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Cicilia Erna Susilawati, SE., M.Si selaku dosen wali yang telah membimbing mulai dari awal semester kuliah hingga akhir.

6. Bapak Pungu Manurung dan Alm Mama Hotmauly Sirait, selaku orang tua yang saya hormati dan saya cintai dengan sepenuh hati yang selalu memberikan kasih yang tulus, rasa perhatian yang penuh dan memberikan semangat yang tinggi dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Kakak Fitri Evelina Manurung dan Adek Elisa Sisca Manurung, selaku saudara saya yang selalu memberikan semangat, mendoakan, serta mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Eka Agus Wulandari dan Gratia Mbadhi Leti Mbete, selaku teman, sahabat, dan sekaligus keluarga yang tidak henti-hentinya memberi motivasi, semangat, dan masukan-masukan dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
9. Chatarina Novia Ayu Putri, selaku teman, sahabat, dan sekaligus saudara yang memberi motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Tesalonika Clara Lande, Kevin, dan Avin Susanto yang memberi motivasi serta masukan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman – teman yang sesama bimbingan Pak Koes dan Bu Mia atas bantuan, dukungan, membagi ide-ide dan informasi yang berarti serta kesabaran dan ketulusannya menemani penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Sahabat, teman-temanku dan semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Tak ada gading yang tak retak, demikian pula dengan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, karena itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa yang akan datang.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Juni 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. <i>Lifestyle</i>	12
2.1.2. <i>Price fairness</i>	15
2.1.3. <i>Purchase decision</i>	17
2.1.4. <i>Customer loyalty</i>	20
2.2. Penelitian Terdahulu.....	23
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	26
2.3.1. Hubungan antara <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Purchase decision</i>	26
2.3.2. Hubungan antar <i>Price fairness</i> terhadap <i>Purchase decision</i>	26

2.3.3. Hubungan antar <i>Purchase decision</i> terhadap <i>Customer loyalty</i> ...	28
2.3.4. Hubungan antar <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	28
2.3.5. Hubungan antar <i>Price fairness</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	29
2.4. Model Penelitian.....	30
2.5. Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Desain Penelitian	31
3.2. Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.2.1. Identifikasi Variabel.....	31
3.2.2. Definisi Operasional.....	31
3.2.3. Pengukuran Variabel.....	33
3.3. Jenis dan Sumber Data	34
3.4. Metode Pengambilan Data.....	34
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan.....	35
3.6. Analisis Data.....	36
3.6.1. Uji Normalitas.....	36
3.6.2. Uji Validitas	37
3.6.3. Uji Reabilitas.....	37
3.6.4. Uji Kecocokan Seluruh Model.....	38
3.6.5. Uji Kecocokan Model Struktural	39
3.6.6. Pengujian Hipotesis.....	40
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	42
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.1.4. Pernah membeli Maxx Coffee	43
4.1.5. Frekuensi mengkonsumsi Produk Maxx Coffee	44

4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	44
4.2.1. Statistik Deskriptif Variabel <i>Lifestyle</i>	45
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Price fairness</i>	46
4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase decision</i>	47
4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer loyalty</i>	48
4.3. Hasil Analisis Data	49
4.3.1. Uji Normalitas	49
4.3.2. Uji Validitas	51
4.3.3. Uji Reabilitas	52
4.3.4. Uji Kecocokan Seluruh Model	56
4.3.5. Hasil Uji Kecocokan Model Struktural	57
4.3.6. Uji Hipotesis	59
4.4. Pembahasan	61
4.4.1. Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Purchase decision</i>	61
4.4.2. Pengaruh <i>Price fairness</i> terhadap <i>Purchase decision</i>	62
4.4.3. Pengaruh <i>Purchase decision</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	62
4.4.4. Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Customer loyalty</i> melalui <i>Purchase decision</i>	63
4.4.5. Pengaruh <i>Price fairness</i> terhadap <i>Customer loyalty</i> melalui <i>Purchase decision</i>	64
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Keterbatasan	67
5.3. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pesaing Langsung Maxx Coffee Marvell City.....	4
Tabel 1.2. Pesaing Langsung Maxx Coffee Pakuwon Mall.....	5
Tabel 1.3. Jumlah Pengunjung 6 Bulan Terakhir Marvell City	7
Tabel 1.4. Jumlah Pengunjung 6 Bulan Terakhir Pakuwon Mall	7
Tabel 2.1. Inventarisasi Gaya Hidup.....	14
Tabel 2.2. Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang.....	25
Tabel 3.1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	39
Tabel 4.1. Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2. Domisili.....	42
Tabel 4.3. Usia	43
Tabel 4.4. Pernah Membeli Maxx Coffee.....	43
Tabel 4.5. Frekuensi Mengonsumsi Produk Maxx Coffee	44
Tabel 4.6. Interval Rata-Rata Skor.....	45
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Lifestyle</i>	45
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Price fairness</i>	46
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase decision</i>	47
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer loyalty</i>	48
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas Data Univariat.....	49
Tabel 4.12. <i>Test of Multivariate Normality for Continuous Variables</i>	50
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.14. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability Lifestyle</i>	53
Tabel 4.15. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability Price fairness</i>	54
Tabel 4.16. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct ReliabilityPurchase decision</i>	55
Tabel 4.17. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability Customer loyalty</i>	56
Tabel 4.18. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> Indeks	56
Tabel 4.19. Structural Equation	58
Tabel 4.19 Pengujian Hipotesis	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 2.2. Tingkatan Kesetiaan Terhadap Merek	22
Gambar 2.3. Model Penelitian	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.	Data Responden
Lampiran 3.	Tabel Deskripsi Responden
Lampiran 4.	<i>Output Prelis</i>
Lampiran 5.	<i>Output Lisrel</i>
Lampiran 6.	<i>Path Diagram Estimates</i>
Lampiran 7.	<i>Path Diagram t-Value</i>
Lampiran 8.	<i>Path Diagram Standaridze Solution</i>

ABSTRAK

Perkembangan jaman yang pesat saat ini membuat masyarakat memaksakan diri untuk dapat berpikir lebih cepat. Perkembangan bisnis kuliner saat ini menjadi salah satu bidang yang memiliki persaingan pasar yang ketat. Persaingan yang ketat ditandai dengan banyaknya bermunculan rumah makan, kedai coffee dan kemudian diikuti oleh semakin banyak munculnya kafe-kafe. Kafe sendiri adalah tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang menyerupai restaurant dalam sistem pelayanan di dalamnya terdapat hiburan alunan musik, sehingga kafe dapat digunakan sebagai tempat yang santai dan untuk berbincang-bincang. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *lifestyle* dan *price fairness* terhadap *customer loyalty* melalui *purchase decision* sebagai variabel intervening pada pelanggan Maxx Coffee di Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 160 responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah responden yang berusia antara 17- 40 tahun, berdomisili di Surabaya, dan pernah membeli produk serta mengunjungi Maxx Coffee di Surabaya minimal 5 kali dalam 3 bulan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SEM dengan program LISREL.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *Lifestyle* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Purchase decision*; *Price fairness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Purchase decision*; *Purchase decision* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer loyalty*; *Lifestyle* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer loyalty* melalui *Purchase decision*, dan *Price fairness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer loyalty* melalui *Purchase decision*.

Kata Kunci: *Lifestyle, Price Fairness, Purchase Decision, Customer loyalty*

**THE EFFECT OF LIFESTYLE AND PRICE FAIRNESS ON CUSTOMER
LOYALTY WITH PURCHASE DECISION AS INTERVENING VARIABLES AT
MAXX COFFEE'S CUSTOMERS IN SURABAYA**

ABSTRACT

The rapid development now makes people force themselves to think faster. The development of the culinary business is currently one of the fields that have intense market competition. Tight competition can be seen with the many restaurants, coffee shops and then followed by the emergence of more cafes. The cafe is a place that provides food and drinks that resemble a restaurant in a service system that includes music entertainment, so that the cafe can be used as a place to relax and to converse. This study aims to examine the influence of lifestyle and price fairness on customer loyalty through purchasing decisions as an intervening variable for Maxx Coffee customers in Surabaya.

This research is a causal study. The sampling technique used is non probability sampling by means of purposive sampling. The sample used in this study was 160 respondents. Characteristics of respondents in this study were respondents aged between 17-40 years, domiciled in Surabaya, and had purchased products and visited Maxx Coffee in Surabaya at least 5 times in 3 months. The data analysis technique used is SEM analysis with the LISREL program.

The results of the study prove that Lifestyle has a significant influence on Purchase decision; Price fairness has a significant influence on Purchase decision; Purchase decision has a significant influence on Customer loyalty; Lifestyle has a significant influence on Customer loyalty through Purchase decision, and Price fairness has a significant influence on Customer loyalty through Purchase decision.

Keywords: *Lifestyle, Price fairness, Purchase decision, and Customer loyalty*