

Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan

Abigail Ayumi Siagian⁽¹⁾, Nalom Siagian⁽²⁾, Kepler Sinaga⁽³⁾

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas HKBP Nommensen Medan
Jl. Sutomo No.4A, Perintis, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20235

Email Korespondensi: abigail.siagian@student.uhn.ac.id

Email: nalom.siagian@student.uhn.ac.id

Email: sinaga.kepler63@gmail.com

Abstract: *In the modern era, Indonesia's economic growth is rapid, especially due to increasing consumer spending and Starbucks has become one of the places consumers often go not only to enjoy coffee but also for their lifestyle, to be able to show it off on social media. This research aims to determine the influence of Lifestyle and Income on Purchasing Decisions among Starbucks Coffee Williem Iskandar Pancing Medan Consumers. Research shows that lifestyle (X1) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y), income (X2) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y). Meanwhile, Lifestyle (X1) and Income (X2) simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions (Y). The results of this research can be concluded that Lifestyle (X1) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y), Income (X2) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y), while Lifestyle (X1) and Income (X2) simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions (Y).*

Keyword: *Lifestyle, Income, Purchasing Decisions.*

Abstrak: Di era modern, pertumbuhan ekonomi Indonesia sedang pesat, terutama karena meningkatnya belanja konsumen dan starbucks menjadi salah satu tempat yang sering di datangi konsumen bukan hanya untuk menikmati coffe tetapi juga untuk gaya hidup, untuk dapat di pamerkan ke media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan. Penelitian Menunjukkan bahwa Gaya Hidup (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), Pendapatan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan Gaya Hidup (X1) dan Pendapatan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), Pendapatan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan Gaya Hidup (X1) dan Pendapatan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci: Gaya Hidup, Pendapatan, Keputusan Pembelian.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern, pertumbuhan ekonomi Indonesia sedang pesat, terutama karena meningkatnya belanja konsumen. Contoh nyata globalisasi ekonomi adalah berdirinya tempat-tempat kegiatan bisnis, seperti bisnis makanan dan minuman serta bisnis hiburan yang berfungsi sebagai pusat ekonomi masyarakat umum. Di kota-kota besar seperti Medan, tingginya tingkat stres menyebabkan orang mencari tempat untuk melepas lelah dan bersantai. Kedai kopi telah menjadi pilihan populer bagi banyak orang, tidak hanya karena menyediakan tempat yang nyaman untuk berkumpul, tetapi juga karena merupakan

bagian dari budaya modern Indonesia. Kedai kopi, yang juga dikenal sebagai kafe, menyajikan lebih dari sekadar kopi; mereka juga menyajikan teh dan makanan ringan, menciptakan suasana yang menyenangkan bagi kita semua. Pergeseran budaya ini menunjukkan bahwa masyarakat umum menjadi lebih nyaman yang berfungsi sebagai ruang sosial untuk berinteraksi dengan orang lain dan melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari. Fenomena ini menyoroti perubahan dalam cara hidup masyarakat umum yang lebih inklusif dan responsif.

Dengan demikian, keberadaan kopi tidak hanya sekadar minuman, tetapi juga

mencerminkan gaya hidup yang dinamis dan beragam dalam masyarakat, serta memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian. Coffee shop kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati secangkir kopi, tetapi juga telah bertransformasi menjadi ruang sosial multifungsi. Tempat ini sering digunakan untuk berbagai aktivitas, seperti menghabiskan waktu luang, mengadakan rapat kerja, atau bertemu dengan teman dan kerabat. Seiring berkembangnya industri ini, banyak coffee shop yang mengadopsi konsep modern yang selaras dengan gaya hidup konsumen saat ini. Desain interior yang menarik, fasilitas Wi-Fi, dan menu yang beragam menjadi daya tarik utama bagi pengunjung. Hal ini menciptakan suasana yang nyaman dan inspiratif, menjadikan coffee shop sebagai pilihan utama bagi banyak orang, terutama generasi muda yang menginginkan pengalaman lebih dari sekadar menikmati kopi. Perubahan gaya hidup ini juga meningkatkan persaingan di industri coffee shop. Banyak pelaku usaha yang berlomba-lomba menghadirkan inovasi dan keunikan untuk menarik pelanggan. Dalam situasi ini, hanya mereka yang mampu beradaptasi dan memberikan nilai tambah yang dapat bertahan. Dengan demikian, coffee shop yang menawarkan pengalaman terbaik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen akan mampu memenangkan persaingan di pasar yang semakin kompetitif. Dengan meningkatnya gaya hidup di generasi pada Tahun ini, membuat coffeshop semakin meningkatkan yang terbaik karna di dalam persaingan Industri yang paling terbaik lah yang akan bertahan.

Starbucks adalah merek kedai kopi dan pemanggangan kopi multinasional asal Amerika Serikat. Starbucks di kenal sebagai tempat bersantai dan bersosialisasi bagi masyarakat. Starbucks ini menawarkan makanan dan minuman, baik itu minuman dingin dan panas serta makanan ringan yang sering dijadikan cemilan pada saat nongkrong. Dan juga kedai kopi starbucks ini sering juga disebut sebagai bukan hanya untuk tempat ngopi melainkan sebagai gaya hidup atau lifestyle bagi para penikmat kopinya, karena yang kita ketahui tempat Starbucks ini selalu di desain mewah dan hedon sehingga para penikmat kopi di Starbucks

selalu mau datang ke Starbucks hanya demi sebuah gaya untuk dapat di pamerkan ke media sosial sang konsumen tersebut.

Dan juga selain gaya hidup, pengaruh dari masyarakat datang ke Starbucks itu juga salah satunya yaitu pendapatan yang dapat mempengaruhi seseorang untuk membeli sesuatu. Jika pendapatan masyarakat tinggi akan di beli oleh seseorang juga akan tinggi yang dimana ini bisa di sebut sebagai keadaan ekonomi. Keadaan ekonomi dari penghasilan terdiri dari (tingkat, kestabilan, pola waktu), tabungan dan aktiva (presentase yang lancar), hutang kemampuan untuk meminjam dan sikap atas belanja atau menabung.

Pada zaman sekarang banyak pengusaha menggunakan konsep gaya hidup dan pendapatan sebagai dasar untuk memahami perubahan nilai konsumen dan bagaimana hubungannya terhadap keputusan pembelian seseorang. Berdasarkan uraian dari atas maka penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Williem Iskandar Pancing Medan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di jelaskan di atas di kemukakan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan?
- 2) Apakah Pendapatan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan?
- 3) Apakah Gaya Hidup dan Pendapatan Secara Simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan.
2. Untuk mengetahui Apakah Pendapatan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan.

3. Untuk mengetahui pengaruh Apakah Gaya Hidup dan Pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan.

II. METODE PENELITIAN

A. Landasan Teori

Gaya Hidup

Menurut Ekawanti Rahayu Ningsih (2010:64) gaya hidup dapat diartikan sebagai cara hidup yang di lihat dari bagaimana orang yang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga lingkungan di sekitarnya.

Pendapatan

Menurut A. Nurul Khaeria dkk (2023:742) pendapatan adalah hasil dari kegiatan penjualan barang atau jasa di sebuah perusahaan dalam periode tertentu. Sebenarnya tidak hanya hasil dari penjualan, pendapatan sebuah perusahaan bisa juga berasal dari bunga dari aktiva perusahaan yang digunakan pihak lain, dividen, dan royalti.

Keputusan Pembelian

Menurut Cindy Magdalena Gunarsih (2021:70) keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:14) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

C. Lokasi dan Tempat Penelitian

Penelitian ini di lakukan di Kota Medan, pada Starbucks Williem Iskandar Pancing Medan yang di jadikan objek penelitian yang beralamat di Jl. Williem Iskandar No.299, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, pada bulan November 2024 sampai dengan April 2025.

D. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:130), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

E. Sampel

Menurut Sugiyono (2018:131) "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karekteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representative (mewakili) dari populasi karena kesimpulan ditarik akan diberlakukan untuk populasi. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik nonprobability sampling dimana peneliti tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yang berarti untuk menjadi sampel satu anggota populasi haruslah memenuhi syarat dan kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti.

F. Jenis Dan Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer Merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap konsumen pada Starbucks Williem Iskandar Pancing Medan.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dengan jalan mengumpulkan dokumen-dokumen serta arsip yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti pada Konsumen pada Starbucks Williem Iskandar Pancing Medan. Data sekunder ini di kumpulkan dengan berbagai jurnal-jurnal, buku,

majalah, dana peneliti terdahulu yang berkaitan dengan skripsi ini.

G. Analisis Data

1. Uji Instrumen

Uji instrumen merupakan suatu uji atau alat ukur untuk mengukur sesuatu dengan hasil yang konsisten yang sangat penting digunakan dalam sebuah penelitian.

2. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2006:45) "Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner". Bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kebenaran atau ketetapan hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden dan instrumen penelitian.

3. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2006:41) "Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dan konstruk". Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda.

5. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2006:110) Uji normalitas dilakukan menguji apakah pada suatu model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal".

6. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2006:105) "Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain". Dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan.

7. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozalia (2006:91) " Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independent)". Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang

nilai korelasi antar variabel bebasnya sama dengan nol. Salah satu cara yang paling akurat untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas ini adalah dengan menggunakan metode *tolerance* dan *variance imflation* (VIF).

4) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara lebih dari satu variabel independent (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependent (Y). Model persamaan regresi berganda yang digunakan yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Gaya Hidup

X_2 = Pendapatan

e = Error

1. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018:242) pengujian hipotesis adalah "jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan".

2. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji keberartian koefisien dilakukan dengan uji t. Hal ini digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent X_1 dan X_2 mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent (Y). Adapun hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau Nilai Signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau Nilai Signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

1. Gaya Hidup (X_1)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Starbucks
Williem Iskandar Pancing Medan

H_a = Terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Starbucks
Williem Iskandar Pancing Medan

2. Pendapatan (X_2)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Williem Iskandar Pancing Medan

H_1 = Terdapat pengaruh pengaruh Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Williem Iskandar Pancing Medan

3. Uji Simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh positif atau negatif serta signifikan secara bersama sama antara variabel independent (X1 dan X2) terhadap variabel dependent (Y). Hipotesis ini dirumuskan sebagai berikut:

1. H_0 diterima dan H_1 ditolak = jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, signifikan = 95%. Artinya gaya hidup dan pendapatan tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Starbucks Williem Iskandar Pancing Medan.

2. H_0 ditolak dan H_1 diterima: jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, signifikan = 95%. Artinya gaya hidup dan pendapatan secara berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Starbucks Williem Iskandar Pancing Medan.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisiendeterminasi adalah di antara 0 dan 1.

Jika nilai R^2 mendekati 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Jika nilai R mendekati 1 berarti kemampuan variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Artinya, variabel independent memberikan pengaruh besar terhadap variabel dependent.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Starbucks Corporation adalah sebuah perusahaan kopi dan jaringan kedai kopi global asal Amerika Serikat yang berkantor pusat di Seattle, Washington. Starbucks adalah perusahaan kedai kopi terbesar di dunia, dengan

20.336 kedai di 61 negara, termasuk 13.123 di Amerika Serikat, 1.299 di Kanada, 977 di Jepang, 793 di Britania Raya, 732 di Tiongkok, 473 di Korea Selatan, 363 di Meksiko, 282 di Taiwan, 204 di Filipina, 164 di Thailand dan 500 di Indonesia. Starbucks menjual minuman panas dan dingin; biji kopi; salad, sandwich panas dan dingin, kue kering manis, aneka camilan, dan barang-barang seperti gelas, dan tumbler. Melalui divisi Starbucks Entertainment dan merek Hear Music, perusahaan ini juga memasarkan buku, musik, dan film. Banyak di antara produk perusahaan yang bersifat musiman atau spesifik terhadap daerah tempat kedai berdiri. Es krim dan kopi Starbucks juga dijual di toko grosir.

Sejak didirikan tahun 1971 di Seattle sebagai pemanggang dan pengecer biji kopi setempat, Starbucks meluas dengan cepat. Pada tahun 1990-an, Starbucks membuka kedai baru setiap hari kerja, satu tahap yang terus dilanjutkan sampai tahun 2000-an. Kedai pertama di luar Amerika Serikat atau Kanada dibuka pada pertengahan 1990-an, dan jumlah kedainya di luar negeri mewakili sepertiga dari total kedai Starbucks di seluruh dunia. Perusahaan ini berencana membuka 900 kedai baru di luar Amerika Serikat pada tahun 2009, dan telah menutup 300 kedai di Amerika Serikat sejak 2008.

Kedai Starbucks pertama dibuka di Seattle, Washington, pada tanggal 30 Maret 1971 oleh tiga rekanan: guru bahasa Inggris Jerry Baldwin, guru sejarah Zev Siegl, dan penulis Gordon Bowker. Ketiganya terinspirasi oleh pengusaha pemanggangan kopi Alfred Peet, yang mereka kenal secara pribadi, untuk menjual biji kopi berkualitas tinggi beserta peralatannya. Awalnya, perusahaan ini hendak diberi nama *Pequod* yang diambil dari nama kapal pemburu *Moby-Dick*, tetapi nama ini ditolak oleh sejumlah pendiri pendamping. Perusahaan ini akhirnya diberi nama sesuai nama mualim satu kapal *Pequod*, Starbucks.

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini pengujian Reabilitas dilakukan dengan menggunakan *Crombach Alpha*. *Crombach Alpha* yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi koefisien internal

reabilitasnya dan nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan $\alpha \geq 0,60$ dikatakan sudah sangat memuaskan. Pengujian Reabilitas dilakukan dengan SPSS 25. Jadi pengujian reabilitas dapat di ketahui dari tabel di bawah ini.

Tabel 1 Uji Reabilitas Gaya Hidup
 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.656	3

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel Gaya Hidup sebesar $0,656 \geq 0,60$. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan variabel Gaya Hidup dinyatakan Reliabel.

Tabel 2 Uji Reabilitas Pendapatan
 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.603	3

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel Pendapatan sebesar $0,603 \geq 0,60$. Jadi dapat di simpulkan semua item pernyataan variabel Pendapatan dinyatakan Reliabel.

Tabel 3 Uji Reabilitas Keputusan Pembelian
 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	4

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* Variabel Keputusan Pembelian sebesar $0,768 \geq 0,60$. Jadi disimpulkan semua item pernyataan variabel Keputusan Pembelian dinyatakan Reliabel.

Uji Normalitas

Dan normalitas dapat diketahui menggunakan uji statistic non-parametik Kolmogorov Smirnov pada alpha sebesar 0,05%. Maka jika nilai signifikan dari pengujian Kolmogorov Smirnov

lebih besar dari 0,05% maka data berdistribusi normal. Berdasarkan pengujian bahwa nilai *asympt.sig.* (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05\%$. Sehingga disimpulkan bahwa data dari penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Dari hasil pengujian yang di lakukan dapat diketahui bahwa data menyebar atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu y, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	2.306	1.507			1.530	.129		
Gaya Hidup	.502	.112	.371	4.472	.000	.765	1.306	
Pendapatan	.639	.117	.455	5.482	.000	.765	1.306	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4 dilihat bahwa nilai Tolerance variabel Gaya Hidup dan Pendapatan sebesar $0,765 > 0,10$ dan nilai VIF variabel promosi dan persepsi kemudahan penggunaan sebesar $1.306 < 0,10$ sehingga dapat di simpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas.

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.306	1.507		1.530	.129
Gaya Hidup	.502	.112	.371	4.472	.000
Pendapatan	.639	.117	.455	5.482	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas maka telah diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + 0,502X_1 + 0,639X_2 + e$$

1. Nilai konstanta 2,306 menunjukkan bahwa jika variabel Gaya Hidup (X1) dan Pendapatan (X2) dianggap nol atau konstan, maka Keputusan Pembelian akan besar 2,306.
2. Koefisien regresi variabel Gaya Hidup (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,502 yang artinya apabila variabel Gaya Hidup meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkatkan pula sebesar 0,502 dengan asumsi bahwa pada variabel bebas lainnya dianggap nol atau konstan. Hal ini berarti bahwa Gaya Hidup berpengaruh dan beriringan dengan Gaya Hidup konsumen maka meningkat pula Keputusan Pembelian konsumen Starbucks.
3. Koefisien regresi variabel Pendapatan (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,639 yang artinya apabila variabel Pendapatan sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat pula sebesar 0,639 dengan asumsi bahwa pada variabel bebas lainnya dianggap nol atau konstan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi jumlah Pendapatan para konsumen Starbucks maka akan meningkat pula jumlah Keputusan Pembelian konsumen Starbucks.

Uji Hipotesis

Uji t (parsial)

Pada pengujian ini dapat bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas berpengaruh secara parsial atau berpisah terhadap variabel terikat. Maka untuk menentukan t_{tabel} dengan tingkat signifikan 5% yaitu ($df = 0,05/2$; $n-k-1 = 1,985$). Maka kriteria yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan hipotesis ialah:

1. H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$
2. H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

Tabel 6 Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.306	1.507		1.530	.129
Gaya Hidup	.502	.112	.371	4.472	.000
Pendapatan	.639	.117	.455	5.482	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 6 hasil uji t diatas untuk dapat mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1. Nilai t_{hitung} variabel Gaya Hidup sebesar 4,472 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui bahwa $t_{hitung} (4,472) < t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikan variabel Gaya Hidup sebesar 0,000 $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks Williemp Iskandar Pancing Medan.
2. Nilai t_{hitung} variabel Pendapatan sebesar 5,482 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui bahwa $t_{hitung} (5,482) < t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikan variabel Pendapatan sebesar 0,000 $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada

Konsumen Starbucks Willièm Iskandar Pancing Medan.

Uji F

Uji F pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang di masukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk menentukan F_{tabel} dengan tingkat signifikan 5% yaitu ($df_1 = k-1$; $df_2 = n-k$) yaitu 3,09. Dengan kriteria pengujian:

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ signifikan 95% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima;
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ signifikan 95% maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 7 Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	211.722	2	105.861	48.205	.000 ^b
	Residual	204.236	93	2.196		
	Total	415.958	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Pendapatan , Gaya Hidup

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 48,205 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,09. Maka diketahui bahwa $F_{hitung} (48,205) \geq F_{tabel} (3,09)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa Gaya Hidup dan Pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Starbucks Coffe Willièm Iskandar Pancing Medan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variansi variabel dependen. Dinyatakan dalam presentase yang nilainya berkisar antara $0 < R^2 < 1$.

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 ^a	.509	.498	1.482

a. Predictors: (Constant), Pendapatan , Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,509 artinya bahwa variabel Keputusan Pembelian mampu dijelaskan oleh variabel Gaya Hidup dan Pendapatan sebesar 50,9%. Sedangkan sisanya sebesar 49,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di sertakan dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffe Willièm Iskandar Pancing Medan

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel 4.23 menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel Gaya Hidup sebesar 4,472 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui bahwa $t_{hitung} (4,472) < t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikan variabel Gaya Hidup $0,000 < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Starbucks Coffe Willièm Iskandar Pancing Medan. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Hasibuan Ridwan Ahmad, dkk (2023) menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan angsuran pada masyarakat desa Bintang Meriah. Artinya, semakin tinggi Gaya Hidup maka semakin meningkat Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffe. Dan begitu juga sebaliknya jika Gaya Hidup rendah, maka Keputusan Pembelian cenderung menurun.

2. Pengaruh Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel Pendapatan sebesar 5,482 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui bahwa $t_{hitung} (5,482) < t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikan variabel Gaya Hidup $0,000 < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Manalu Darma dan Johanna Roshinta (2021) menunjukkan bahwa Pendapatan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan Pembelian Starbucks Coffe Center Point Medan. Artinya, semakin tinggi Pendapatan maka semakin meningkat Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffe. Dan begitu juga sebaliknya jika Pendapatan rendah, maka Keputusan Pembelian cenderung menurun.

3. Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan.

Berdasarkan Uji F (simultan) pada tabel 4.24 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 48,205 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,09. Maka diketahui bahwa $F_{hitung} (48,205) \geq F_{tabel} (3,09)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga disimpulkan dapat Gaya Hidup dan Pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan. Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Darma Manalu dan Johanna Roshinta (2021) menunjukkan bahwa Gaya Hidup dan Pendapatan dengan Keputusan Pembelian memiliki kaitannya karena dalam suatu penjualan dapat dikatakan bahwa Keputusan Pembelian konsumen sangat

mempengaruhi anatara gaya hidup dan pendapatan pada Pembelian Starbucks Coffe Center Point Medan.

IV. SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan Hasil analisis data dan pengajian hipotesis yang telah di lakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan ialah:

1. Dari hasil analisis uji t (parsial) yang telah di lakukan diperoleh nilai t_{hitung} variabel gaya hidup sebesar empat koma empat ratus tujuh dua sedangkan t_{tabel} sebesar satu koma sembilan ratus delapan lima dan nilai signifikan variabel Gaya Hidup sebesar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan.
2. Dari hasil analisis uji t (parsial) yang telah di lakukan diperoleh nilai t_{hitung} variabel pendapatan sebesar lima koma lima ratus delapan dua sedangkan t_{tabel} sebesar satu koma sembilan ratus delapan lima dan nilai signifikan variabel Pendapatan sebesar nol, nol nol lebih kecil dari nol koma lima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffe Williem Iskandar Pancing Medan.
3. Dari hasil uji F (simultan) yang telah dilakukan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar empat puluh delapan koma dua ratus lima sedangkan F_{tabel} sebesar tiga koma nol sembilan dan nilai signifikan sebesar nilai signifikan variabel Pendapatan sebesar nol, nol nol lebih kecil dari nol koma lima. Sehingga dapat diambil kesimpulan Gaya Hidup dan Pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffe Iskandar Pancing Medan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aditya, M. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Apple Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area. Hal 6–17.
- Artanovelita, R., Sengaji, Z., Radiansyah, E., & Ginting, E. (2024). Analisis Pengaruh Kebiasaan, Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Di Kalianda. *Kalianda Halok Gagas*, 7(1), 45-55.
- Bawamenewi, F. H. (2022). Pengaruh Biaya Sewa, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan Pedagang Pusat Komersil Kbn Di Jakarta Utara (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Cahyani, S. (2020). Pengaruh Perubahan Gaya Hidup, Literasi Keuangan (Financial Literacy) dan Pemahaman Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Ekonomi syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2016) (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Damayanti, D. Dkk. (2023). Keputusan Pembelian Dalam Perilaku Konsumen. STIE Widya Wiwaha. Yogyakarta
- D. Salah, M., Syarat, S., Memperoleh, G., & Jambi, U. B. (2022). Informa Jambi Town Square.
- Desita, Y. A. (2021). Bab II Landasan Teori. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, Vol 53(9), Hal 1689–1699.
- Dewi, T. W. T., Suhalmi, S. P., & Oktaviani, V. (2024). Pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk fashion pada toko online shopee. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(4), 816-825.
- Fauzi, A., Punia, I., & Kamajaya, G. (2012). Budaya nongkrong anak muda di café. Denpasar: Unud.
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Edisi Ke 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadi, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promositerhadap Keputusan Pembelian Produk Pt Mataharidepartment Store Di Arion Mall.
- Hasibuan, A. R., Nst, Y. S. J., & Jannah, N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Angsuran Dalam Perspektif Islam. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(7).
- <https://www.filosofikopi.com/2018/10/sejarah-dan-visi-misi-starbucks.html>
- <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/74236-ID-Pengaruh-Brand-Image-Terhadap-Keputusan.Pdf>
- <https://www.detik.com/jabar/kuliner/d-6641937/5-surga-kopi-di-dunia-salah-satunya-indonesia/amp>
- <https://id.wikipedia.org/wiki/starbucks>
- Khaeria, A. N., Murthi, N. L. P. T., Triadji, T. P., & Azizah, C. Y. N. (2023). Pendapatan dan Beban. *ULLIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 741-745.
- Manalu, D., & Roshinta, J. (2021). Pengaruh gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian starbucks coffee di center point medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 173-189.
- Ningsih, R. E. (2021). *Perilaku Konsumen*. Cet 1- Idea Press. Yogyakarta
- Ningsih, R. E. (2010). *Perilaku Konsumen. Pengembangan Konsep Dan Praktik Dalam Pemasaran*. Hal 64
- Ohy. G. (2020). Perubahan Gaya Hidup Sosial Masyarakat Pedesaan Akibat Globalisasi Di Desa Rasi Kecamatan Ratahan Kabupaten Minahasa Tenggara. Vol 13 No 3. Hal 6-9
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Alauddin University Press. Makassar
- Rosad, S. (2016). Pengaruh Perilaku, Usia, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi KAI Acces. Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248-253.
- Samoeri, J. H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit Wajah. Pekanbaru. Hal 22-24
- Sari, S. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Asuransi Jiwa Syariah BumiPutera Cabang Iskandar Muda (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kombinasi*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung
- Saputra, A. V. (2022). Pengaruh Persepsi Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Jasa Leasing Pt. Fif (Federal Internasional Finance) Pos Ujung Tanjung Menurut Ekonomi Syariah (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Yuniarti, S. V. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Praktik*. Bandung Pustaka Setia. Hal 25
- Yunus, N. Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri Manado (Doctoral Dissertation, Iain Manado).
- Yunus, N. Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri Manado (Doctoral Dissertation, Iain Manado).
- Zulaikah, S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di Toko Online Shopee (Studi Pada Pemudi Desa Kedungsari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri) (Doctoral dissertation, IAIN KEDIRI).