

**PENGARUH MOTIVASI, KELAS SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KAFE DI KOTA
BANJARMASIN (Studi dilakukan terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi
UNISKA MAB Banjarmasin)**

Giri Adi Lasa¹, Muthia Harnida², Noorlaily Maulida³

¹Manajemen, 61101, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 19.31.0783

²Manajemen, 61101, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1105036601

³Manajemen, 61101, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1119027801

*Email: lasagiriadi@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk menganalisis apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada kafe di kota Banjarmasin, (2) Untuk menganalisis apakah kelas sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada kafe di kota Banjarmasin (3) Untuk menganalisis apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada kafe di kota Banjarmasin, (4) Untuk menganalisis apakah Motivasi, Kelas Sosial dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada kafe di kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan bahwa motivasi, kelas sosial, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada kafe di kota Banjarmasin. Sedangkan untuk variabel motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada kafe di kota Banjarmasin, lalu variabel kelas sosial berpengaruh negative terhadap keputusan pembelian pada kafe di kota Banjarmasin, dan untuk variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada kafe di kota Banjarmasin.

Kata Kunci: Motivasi, Kelas Sosial, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, Abidzar (2019) Analisis motivasi kelas sosial dan gaya hidup konsumen kafe di Kota Malang. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Anjanaben J. Trivedi dan Amit Mehta. (2019). Maslow's Hierarchy of Needs - Theory of Human Motivation. *International Journal of Research in all Subjects in Multi Languages*, 7(6), 38.
- Anshar, M. ., Fahmi, T. ., & Siregar, F. A. . (2021). Berwirausaha Kopi Di Masa Pandemi Corona Virus Disease 19 Di Kecamatan Medan Labuhan. *Accounting and Management Journal*, 5(2), 9–16.
- Basuki dan Prawanto. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia, 2016.
- Emawati, L. (2018). Pengaruh Selera Konsumen Dan Lingkungan Sosial Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konveksi “Jini Collection”) (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Engel, James F. (2018). *Perilaku Konsumen: edisi keenam. Jilid 2*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit –Universitas Diponogoro.
- Irwansyah, Rudy, et al. (2021) *Perilaku Konsumen*. CV. Widina Media Utama.
- Karlina, Nila. (2017). *Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Jasa Salon Mahkota Pekanbaru*
- Keren, K., & Sulistiono, S. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 319 - 324.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Harlow: Essex Pearson Education Limited.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media:Jakarta .
- Mardianti, Evi (2021) *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.Com. “Skripsi thesis”*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Teknologi KeDirgantaraan.
- Muhfizar, et al. (2021). *Pengantar Manajemen: Teori dan Konsep*. CV. Media Sains Indonesia.
- Nasehudin, T. S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. pustaka setia.

- Nisa, K. (2020). Analisis Perilaku Konsumen dalam Memilih Tempat Belanja (Studi Kasus Minimarket Dan Toko Kelontong Di Kelurahan Kali Rungkut Kecamatan Rungkut Kota Surabaya). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1281-1288.
- Prasetyoning Tyas, A. A. W., & Ilmiah, P. (2015). Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap Produk Handphone Blackberry. *Jurnal Ekonomi*.
- Pratiwi, M. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rika Swalayan Di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Nugroho J. Setiadi, 1960- (penulis). (2019.). *Perilaku konsumen: perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen / Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M.* Jakarta; © 2003: Prenadamedia Group.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. (2015). *Consumer Behavior 11e*. New York: Global Edition.
- Sherlie, Putri Dharmadiani (2016) *Peran Orangtua Dalam Pelaksanaan Shalat Lima Waktu (Kasus:Peserta Didik SMA Don Bosco Padang)*. Diploma thesis, Universitas Andalas.
- Sofjan, Assauri. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sopiah & Sangadji, E. M. (2014). *Perilaku konsumen: pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. editor, Nikoemus WK. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi Mixed Methods*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Analisis validitas & asumsi klasik / Danang Sunyoto*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sumarga, H. E., & Lestari, S. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Advan Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang. *Dynamic Management Journal*, 3(2).
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Thamrin, Abdullah dan Francis, Tantri. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Ullah, Ilham Akmal Dhiya and, Drs. Yuli Tri Cahyono, SH, MM, AK (2014) *Analisis Kepercayaan Konsumen Dan Risiko E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Secara Elektronik (Survei Pada Komunitas Kaskus Regional Solo)*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Umar, Husein (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Tangerang,Banten: Rajawali Pers.

- Usman Effendi, 1963-; Batubara, Alwin R. editor. (2016). Psikologi konsumen / Dr. Usman Effendi, S.Sos., M.M. ; editor, Drs. Alwin R. Batubara, Psi.. Jakarta: RajaGrafindo Persada,
- Varotsis, N. (2019) Motivation in Public Autonomous Organizations: The Case of I.A.P.R.. *Open Journal of Business and Management*, 7, 1617-1636
- Widarjono, Agus. (2013). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Ekonesia FE Universitas Islam.
- Widiyaningsih, D. S. (2022). Makna Kafe Bagi Remaja Milenial Sebagai Bentuk Citra Diri Di Media Sosial. *Publiciana*, 15(01), 12-18.
- Wuryanti, L., & Zahara, Y. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri, Harga Dan Kelas Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Di Coffeshop Kedai Kopi Pacar Hitam Lampung. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(1), 1-9.
- Yuliansyah, Z. (2017). Motivasi Remaja Mengunjungi Kedai Kopi Kelas Menengah Di Bandar Lampung (Studi Pada Kedai Kopi CoffeePaste), 2.