

**PERILAKU MEMBELI PRODUK DI STARBUCKS COFFEE  
DITINJAU DARI GAYA HIDUP HEDONIS  
PADA MAHASISWA**

SKRIPSI

Oleh:

**Hendro Kristiady Hardjono**

**13.40.0032**



FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2017

**PERILAKU MEMBELI PRODUK DI STARBUCKS COFFEE  
DITINJAU DARI GAYA HIDUP HEDONIS  
PADA MAHASISWA**

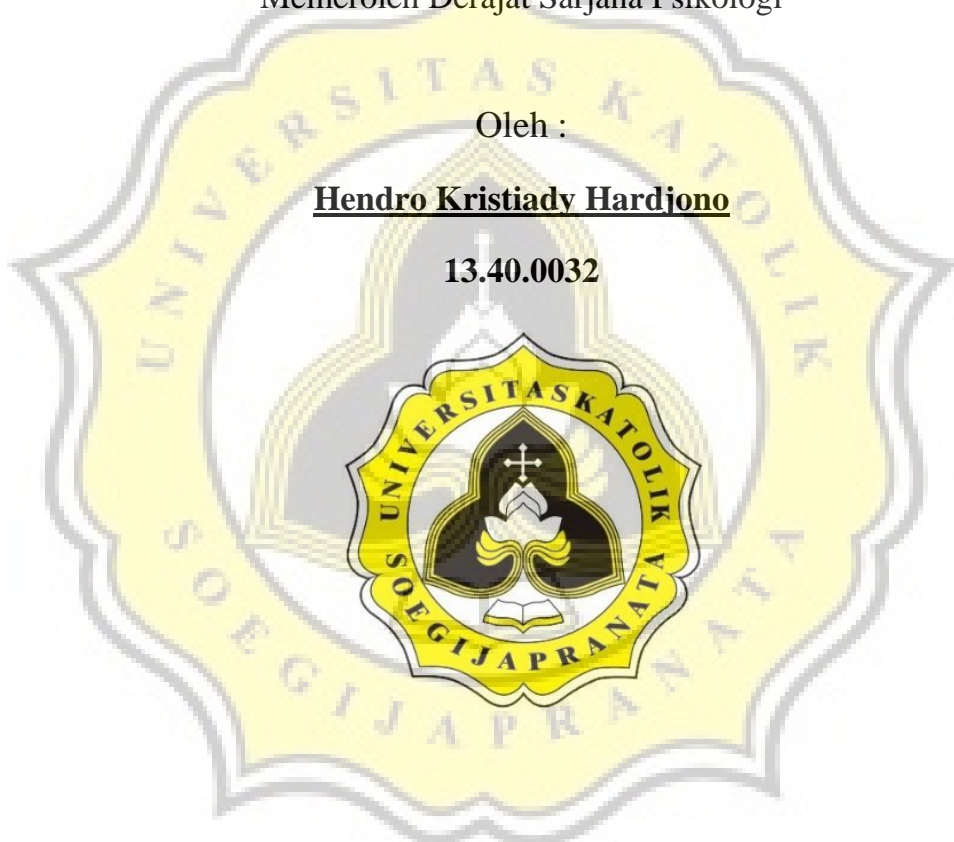
**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang  
untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna  
Memeroleh Derajat Sarjana Psikologi

Oleh :

**Hendro Kristiady Hardjono**

**13.40.0032**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang  
dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna Memeroleh  
Derajat Sarjana Psikologi

Pada Tanggal

**17 Juli 2017**

Mengesahkan  
Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Dekan,

(Dr. M. Sih Setija Utami, M.Kes)

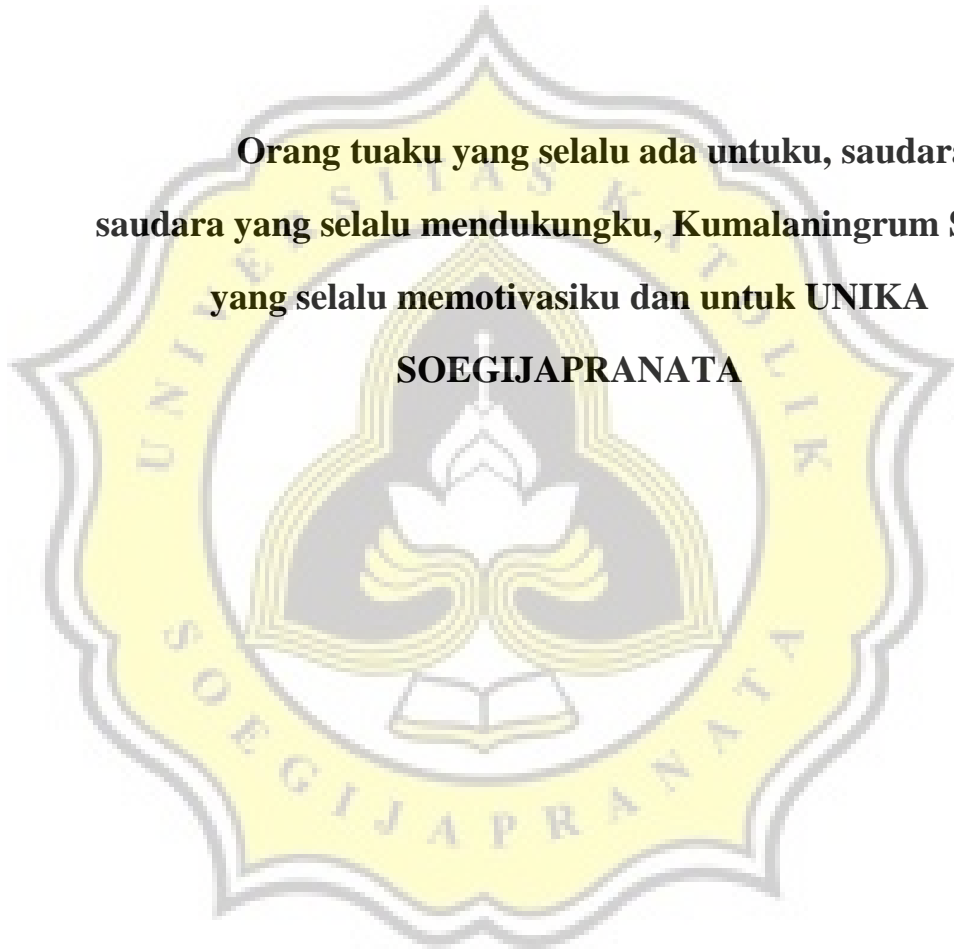
### Dewan Penguji :

1. Dr. Y. Bagus Wismanto, MS \_\_\_\_\_
2. Lucia Trisni Widianingtanti, S.Psi., M.Si \_\_\_\_\_
3. Dra. R.A. Praharesti Eriany, M.Si \_\_\_\_\_

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Ku persembahkan karya sederhana ini kepada:**

**Orang tuaku yang selalu ada untuku, saudara –  
saudara yang selalu mendukungku, Kumalaningrum S, S.E  
yang selalu memotivasiku dan untuk UNIKA  
SOEGIJAPRANATA**



## MOTTO

Dibalik kesuksesan seseorang pasti ada perjuangan yang berat



## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari jasa, bantuan, nasihat, bimbingan, serta doa dari orang-orang yang selalu ada selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. M. Sih Setija Utami, M.Kes, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Lucia Trisni Widianingtanti, S.Psi., M.Si, selaku Dosen wali dan Dosen Pembimbing atas kesediaannya memberikan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh subjek atas kesediaan serta kerjasamanya dalam membantu mengisi skala.
4. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
5. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah membantu dalam segala urusan administrasi dan surat perijinan.
6. Seluruh Staf Perpustakaan Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah membantu dalam mencari buku-buku sumber referensi yang dibutuhkan oleh penulis.

7. Kedua orang tuaku, kakak – kakak, dan pacar saya yang selalu memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis agar dapat lebih cepat dalam menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman kelas 01 angkatan 2013 yang telah memberikan kesan dan pesan selama penulis berkuliah di Fakultas Psikologi.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis haturkan terima kasih.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan, kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan penulis di masa yang akan datang. Semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, 17 Juli 2017

Penulis

PERILAKU MEMBELI PRODUK DI STARBUCKS COFFEE DITINJAU  
DARI GAYA HIDUP HEDONIS PADA MAHASISWA

Oleh:

**HENDRO KRISTIADY HARDJONO**

**13. 40. 0032**

FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empirik hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku membeli produk di Starbucks Coffee. Hipotesis yang diajukan adalah “Ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku membeli produk di Starbucks Coffee. Semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku membeli produk di Starbucks Coffee, demikian juga sebaliknya”. Subjek dalam penelitian ini adalah 48 mahasiswa yang mengonsumsi produk Starbucks Coffee di Citraland atau Paragon Mall Semarang, minimal satu minggu sekali. Teknik samplingnya adalah *accidental sampling*. Skala yang digunakan adalah skala perilaku membeli produk di Starbucks Coffee dan skala gaya hidup hedonis. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi *Product Moment*. Berdasarkan analisis data diperoleh nilai korelasi sebesar 0,487 ( $p < 0,01$ ), artinya ada hubungan positif yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku membeli produk di Starbucks Coffee. Semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku membeli produk di Starbucks Coffee, demikian juga sebaliknya.

*Kata kunci* : perilaku membeli produk di Starbucks Coffee,  
gaya hidup hedonis, mahasiswa

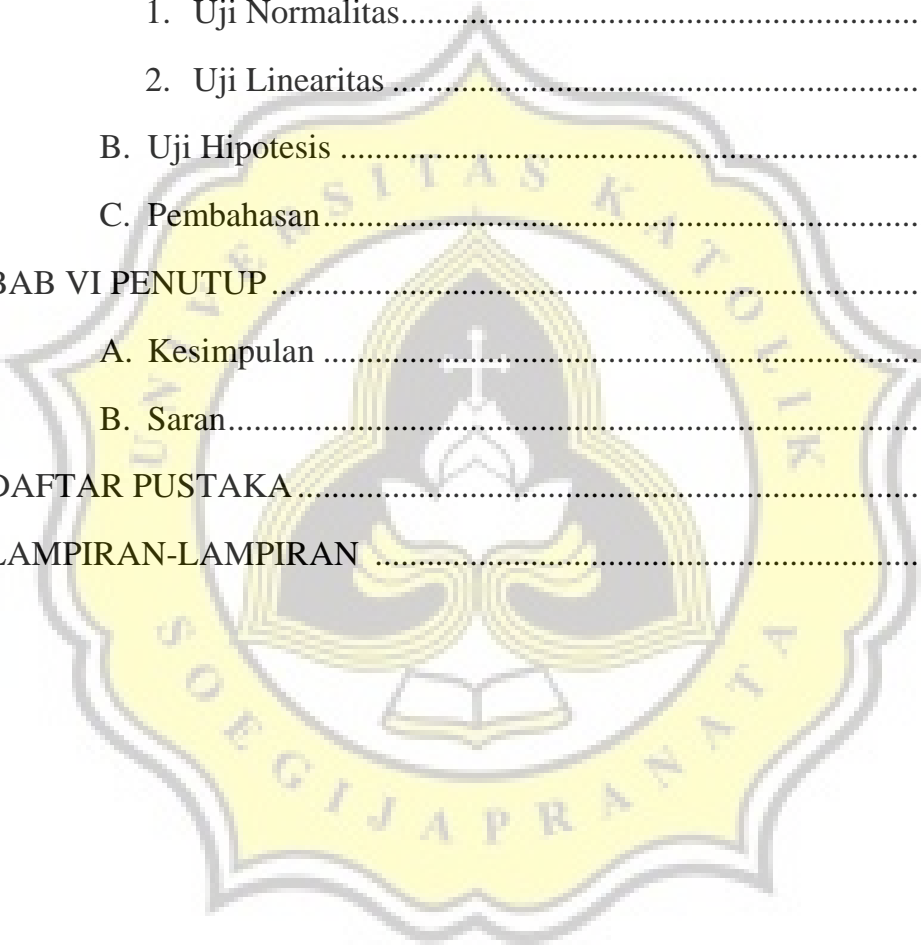


## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Judul .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Halaman Motto .....	v
Ucapan Terima Kasih .....	vi
Abstraksi .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Tujuan Penelitian .....	8
C. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Perilaku Membeli Produk di Starbucks Coffee.....	10
1. Pengertian Perilaku Membeli Produk di Starbucks Coffee	10
2. Tahap-tahap Perilaku Membeli.....	12
3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Membeli ....	15
B. Gaya Hidup Hedonis .....	24
1. Pengertian Gaya Hidup Hedonis .....	24
2. Dimensi Gaya Hidup Hedonis .....	25
C. Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Membeli Produk di Starbucks Coffee .....	27

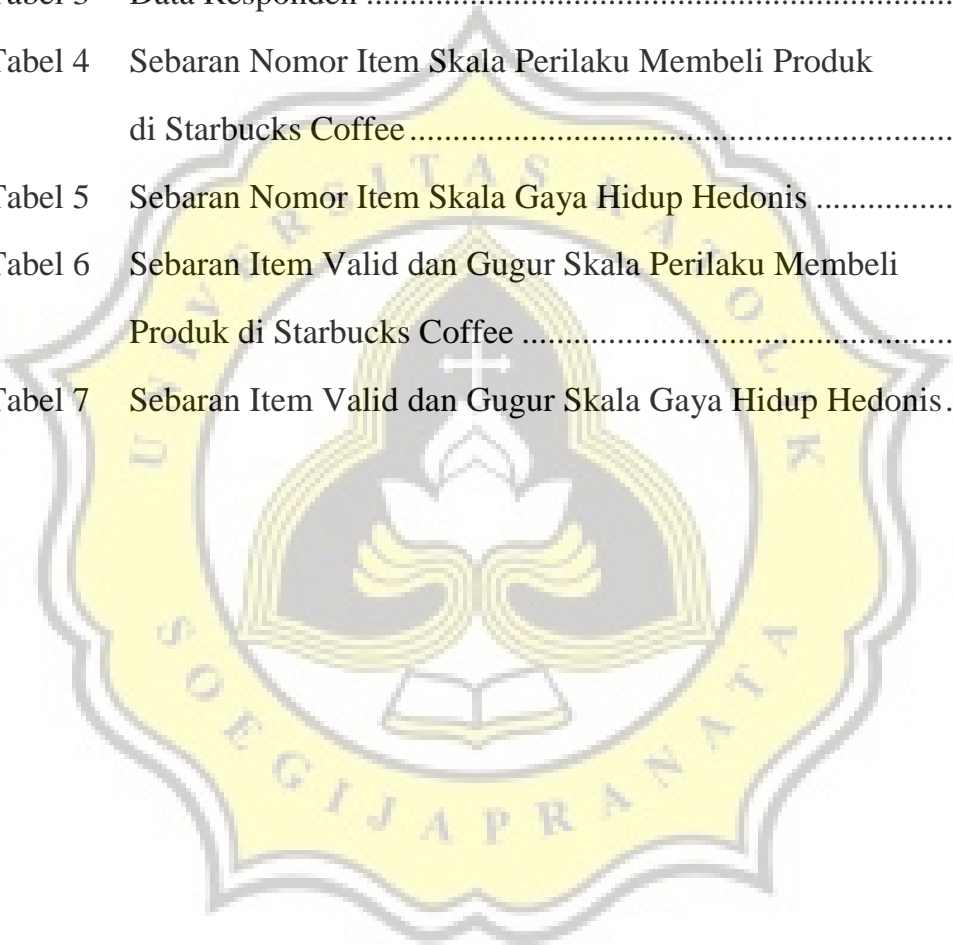
D. Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	30
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
1. Perilaku Membeli Produk di Starbucks Coffee.....	30
2. Gaya Hidup Hedonis .....	31
C. Subjek Penelitian.....	31
1. Populasi dan Sampel.....	31
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
D. Metode Pengumpulan Data.....	32
1. Skala Perilaku Membeli Produk di Starbucks Coffee.....	33
2. Skala Gaya Hidup Hedonis .....	34
E. Uji Coba Alat Ukur .....	35
1. Uji Validitas Alat Ukur .....	35
2. Uji Reliabilitas Alat Ukur.....	36
F. Metode Analisis Data.....	36
<b>BAB IV LAPORAN PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
A. Orientasi Kancas Penelitian.....	37
B. Persiapan Penelitian .....	40
1. Penyusunan Skala Penelitian .....	40
a. Skala Perilaku Membeli Produk di Starbucks Coffee	41
b. Skala Gaya Hidup Hedonis.....	41
2. Tahap Perizinan Penelitian .....	42
C. Pelaksanaan Pengambilan Data Penelitian .....	43

1. Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Membeli	
Produk di Starbucks Coffee .....	44
2. Validitas dan Reliabilitas Skala Gaya Hidup Hedonis ....	45
<b>BAB V HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Uji Asumsi .....	47
1. Uji Normalitas.....	47
2. Uji Linearitas .....	48
B. Uji Hipotesis .....	48
C. Pembahasan.....	49
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>55</b>
A. Kesimpulan .....	55
B. Saran.....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>60</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Rancangan Skala Perilaku Membeli Produk di Starbucks Coffee .....	34
Tabel 2	Rancangan Skala Gaya Hidup Hedonis .....	35
Tabel 3	Data Responden .....	37
Tabel 4	Sebaran Nomor Item Skala Perilaku Membeli Produk di Starbucks Coffee .....	41
Tabel 5	Sebaran Nomor Item Skala Gaya Hidup Hedonis .....	42
Tabel 6	Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Perilaku Membeli Produk di Starbucks Coffee .....	44
Tabel 7	Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Gaya Hidup Hedonis..	45



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN .....	60
LAMPIRAN A SKALA PENELITIAN .....	61
A-1 Skala Perilaku Membeli Produk di Starbucks Coffee .....	62
A-2 Skala Gaya Hidup Hedonis .....	65
LAMPIRAN B DATA AWAL/ KASAR .....	67
B-1 Data Awal/ Kasar Skala Perilaku Membeli Produk di Starbucks Coffee .....	68
B-2 Data Awal/ Kasar Sakal Gaya Hidup Hedonis .....	69
LAMPIRAN C VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	70
C-1 Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Membeli Produk di Starbucks Coffee .....	71
C-2 Validitas dan Reliabilitas Skala Gaya Hidup Hedonis .....	73
LAMPIRAN D DATA VALID .....	75
D-1 Data Valid Skala Perilaku Membeli Produk di Starbucks Coffee .....	76
D-2 Data Valid Skala Gaya Hidup Hedonis .....	77
LAMPIRAN E UJI ASUMSI .....	78
E-1 Uji Normalitas .....	79
E-2 Uji Linearitas .....	80
LAMPIRAN F ANALISIS DATA .....	81
LAMPIRAN G SURAT IZIN DAN BUKTI PENELITIAN .....	82
G-1 Surat Izin Penelitian.....	83