

**ANALISIS PENGARUH SOSIAL EKONOMI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KOPI DI WARKOP KAYUMAS KECAMATAN ASEMBAGUS  
KABUPATEN SITUBONDO**

**Andika Khairul Mustaqim<sup>1</sup>, Masyhuri Machfudz<sup>2</sup>, Lia Rohmatul Maula<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : andikakhr@gmail.com

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : masyuri.machfudz@unisma.ac.id Email : liarohmatul@unisma.ac.id

*Abstract*

*Warung Kopi Kayumas is a coffee shop located on Jalan Raya Asembagus, Asembagus District, Situbondo Regency and is one of the best coffee shops in Situbondo Regency where Warung Kopi Kayumas has won 1st place nationally at the Indonesian Coffee Festival and 1<sup>st</sup> place in the world in coffee variants Mongoose. The research, which was conducted from December to January 2023, aims to analyze socio-economic factors that influence consumer decisions in buying products at the Warkop Kayumas coffee shop, Asembagus District, Situbondo Regency. The analysis used in this study is binary logic regression analysis with lifestyle variables ( $X_1$ ), personality ( $X_2$ ), needs ( $X_3$ ), family roles ( $X_4$ ) education ( $X_5$ ), social characteristics ( $X_6$ ), income ( $X_7$ ), type of work ( $X_8$ ), expenses ( $X_9$ ).*

**Keyword :** Decision, Consumer

*Abstrak*

Warung Kopi Kayumas merupakan salah satu kedai kopi yang terletak di Jalan Raya Asembagus Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo dan merupakan salah satu kedai kopi terbaik di Kabupaten Situbondo dimana Warung Kopi Kayumas pernah menjadi juara 1 nasional dalam Festival Kopi Indonesia dan juara 1 dunia dalam varian kopi luwak. Penelitian yang dilakukan pada bulan Desember sampai Januari 2023 ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi binary logic dengan variabel gaya hidup ( $X_1$ ), kepribadian ( $X_2$ ), kebutuhan ( $X_3$ ), peran keluarga ( $X_4$ ) pendidikan ( $X_5$ ), hakikat sosial ( $X_6$ ), pendapatan ( $X_7$ ), jenis pekerjaan ( $X_8$ ), pengeluaran ( $X_9$ ).

**Keyword :** Keputusan, Konsumen

**PENDAHULUAN**

Berbagai profitabilitas usaha yang didapatkan oleh kedai kopi Warung Kopi Kayumas memang berjalan dengan baik, namun dengan tingkat persaingan yang tinggi di Kabupaten Situbondo terkhususnya di Kecamatan Asembagus, sangat penting bagi kedai kopi Warung Kopi Kayumas untuk dapat mempertahankan kualitas produk dan konsumen yang datang. Salah satu untuk mempertahankan adalah pelaku usaha kedai kopi Warung Kopi Kayumas harus memahami setiap sisi perilaku konsumen. Sehingga dengan mengenal dan memahami perilaku konsumen,

pelaku usaha kedai kopi Warung Kopi Kayumas dapat mengetahui bagaimana keputusan pembelian terhadap produk dalam hal ini yaitu kopi diambil oleh konsumen. Pelaku usaha yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya proses perilaku pengambilan keputusan konsumen dari semua pengalaman mereka dalam belajar, memilih, menggunakan, bahkan dalam mendisposisikan produk. Karena, fenomena yang mempengaruhi faktor-faktor dari konsumen datang ke kedai kopi ini juga berkaitan dengan perilaku konsumen itu sendiri. Proses psikologis dasar ini memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian.

Aktivitas tersebut tentunya belum sesuai pada aspek lainnya yaitu, harga, promosi, distribusi, lingkungan fisik, orang, dan proses atau yang disebut sebagai bauran pemasaran 7P yang menjadi faktor-faktor pendukung bagi konsumen untuk datang ke kedai kopi Warung Kopi Kayumas. Terutama dalam atribut suatu kedai kopi, lingkungan fisik menjadi penting untuk menarik minat dan memenuhi kebutuhan konsumen yaitu komunikasi visual, pencahayaan, warna, desain interior dan eksterior, wangi-wangian, ataupun musik yang disebut dengan atmosfer kafe (Utami 2008). Berdasarkan penjabaran kontradiksi teori dan kajian diatas maka, menarik untuk diteliti dengan judul analisis pengaruh sosial ekonomi terhadap keputusan pembelian kopi di Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yaitu untuk mengetahui faktor-faktor sosial ekonomi konsumen kopi di Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Dalam penelitian ini, data diperoleh secara langsung dari konsumen tanaman hias melalui wawancara, observasi, pengamatan secara langsung, dan kuesioner yang telah diedarkan. Pendekatan yang dilakukan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif, dimana pengukuran variabel yang disajikan dalam bentuk interpretasi serta pendekatan kualitatif yang dipaparkan secara deskriptif yang memperkuat penjelasandari sebuah fenomena. Untuk itu hasil dari penelitian ini memerlukan kedalaman analisis dari peneliti. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan lokasi bahwa dikedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo merupakan kedai yang produk kopi sering mendapatkan juara nasional. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Desember sampai Januari 2023 dengan pengambilan data pada 3 hari *weekend* dalam 1 minggu yaitu jum'at, sabtu dan minggu, dengan pertimbangan tersebut merupakan hari teramai yang dikunjungi konsumen dikedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* karena peneliti menyebarkan angket/kuesioner kepada setiap konsumen kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo yang datang dengan hasil peneliti memperoleh jumlah responden sebesar 75 responden. Untuk menganalisis atau melihat faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan responden peneliti menggunakan analisis model regresi logit.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembangunan wilayah di Kabupaten Situbondo sampai saat ini dirasakan agak lamban apabila dibandingkan dengan kabupaten lain di Provinsi Jawa Timur. Kenyataan di lapangan menunjukkan perbedaan dan kesenjangan yang cukup besar dari berbagai aspek, baik dari aspek sosial, ekonomi, budaya, dan infrastruktur. Ditinjau dari aspek sosial, menunjukkan bahwa kehidupan masyarakat di daerah perdesaan lebih banyak yang miskin di bandingkan dengan

masyarakat perkotaan. Kurangnya infrastruktur, tingginya angka kemiskinan dan banyaknya jumlah keluarga pra-sejahtera, rendahnya mutu sumberdaya manusia, dan belum optimalnya pemanfaatan sumberdaya alam menyebabkan perbedaan tingkat kesejahteraan antara masyarakat perkotaan dan perdesaan semakin tinggi.

Untuk menjawab tujuan kedua penelitian yaitu untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli kopi di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo yaitu menggunakan analisis regresi model logit. Bentuk dasar model logit yang dikemukakan oleh (Gujarati 1995) adalah:

$$P_i = E ( Y = 1 | X_i ) = \beta_1 + \beta_2 X_i$$

Dimana Y adalah variabel independen, Y = 1 jika konsumen membeli kopi, dan Y = 0 jika konsumen membeli produk lain. Model berikut menunjukkan bahwa konsumen melakukan keputusan pembelian produk di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo:

$$P_i = E ( Y = 1 | X_i ) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_1 + \beta_2 X_i)}}$$

Dimana:

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-Z_i}}$$

Persamaan diatas merupakan *Logistic distribution function* (logit), dimana:

$$Z_i = \beta_1 + \beta_2 X_i$$

Bila  $P_i$  adalah probabilitas konsumen membeli kopi  $Y_i = 1$ , dan  $(1 - P_i)$  adalah konsumen membeli produk lain yaitu  $Y_i = 0$ , maka:

$$1 - P_i = \frac{1}{1 + e^{Z_i}}$$

Berikutnya, bentuk persamaan (1) dapat diubah menjadi:

$$\frac{P_i}{1 - P_i} = \frac{1 + e^{Z_i}}{1 + e^{Z_i}} = e^{Z_i}$$

$P_i/(1 - P_i)$  adalah odds ratio dalam hal probabilitas konsumen terhadap pembelian kopi. Berikutnya dengan menggunakan logaritma alamiah (natural log), dapat diperoleh persamaan:

$$L_i = \ln \left( \frac{P_i}{1 - P_i} \right) = Z_i = \beta_1 + \beta_2 X_i$$

L adalah log dari odds ratio, yang tidak hanya linier pada variabel X, namun juga linier pada parameteranya. Dengan memasukan variabel independen yang akan digunakan, maka penelitian ini model regresi logit yang digunakan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan konsumen dalam pembelian kopi di Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo

Y1 = Apabila konsumen memutuskan untuk membeli kopi di Warkop Kayumas

Y0 = Apabila konsumen tidak membeli kopi di Warkop Kayumas

$\beta_1$  = Koefisien regresi masing-masing variabel bebas

$\alpha$  = Intersep

X<sub>1</sub> = Variabel Gaya Hidup

X<sub>2</sub> = Variabel Kepribadian

X<sub>3</sub> = Variabel Konsumen

X<sub>4</sub> = Variabel Peran Keluarga

X<sub>5</sub> = Variabel Pendidikan

X<sub>6</sub> = Variabel Hakikat Sosial

X<sub>7</sub> = Variabel Pendapatan

X<sub>8</sub> = Variabel Jenis Pekerjaan

X<sub>9</sub> = Variabel Pengeluaran

e = Variabel pengganggu

Adanya perbedaan pembangunan antara wilayah perkotaan dengan perdesaan serta kesenjangan sosial yang cukup tinggi sering menimbulkan kecemburuan sosial, dan jika tidak ditangani dengan baik akan menimbulkan konflik.

Untuk menjawab dari tujuan penelitian pengaruh faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor ekonomi mempengaruhi keputusan konsumen di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo diukur dengan analisis regresi binary logic dengan tingkat kepercayaan 95% atau 0,05% berikut pembahasanya.

#### a. Uji Kelayakan Model Regresi

Tabel 1.  
Hosmer and Lemeshow Test

| Step | Chi-Square | Df | Sig. |
|------|------------|----|------|
|------|------------|----|------|

|   |       |   |      |
|---|-------|---|------|
| 1 | 5,871 | 7 | ,555 |
|---|-------|---|------|

Sumber : Hosmer and Lemeshow Test Output Data SPSS (diolah 2022)

Hasil Hosmer and Lemeshow Test menunjukkan nilai Chi-square 5,871 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,555. Berdasarkan hasil tersebut nilai pengambilan keputusan bahwa nilai Sig.  $0.555 \geq 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa model dapat memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan bahwa model bisa diterima karena cocok dengan data observasinya.

a. Uji Parsial (Wald)

Tabel 2.  
*Variables in The Equation*

| Variabels                         | B      | S.E.  | Wald   | df | Sig.    | Exp(B) |
|-----------------------------------|--------|-------|--------|----|---------|--------|
| (X <sub>1</sub> ) Gaya Hidup      | ,006   | ,346  | ,000   | 1  | ,038*   | 1,006  |
| (X <sub>2</sub> ) Kepribadian     | -1,022 | ,465  | 4,839  | 1  | ,028*   | ,360   |
| (X <sub>3</sub> ) Kebutuhan       | ,471   | 1,857 | ,064   | 1  | ,800    | 1,602  |
| (X <sub>4</sub> ) Peran Keluarga  | ,171   | ,327  | ,274   | 1  | ,001*** | 0,853  |
| (X <sub>5</sub> ) Pendidikan      | ,748   | ,539  | 1,928  | 1  | ,035*   | 2,113  |
| (X <sub>6</sub> ) Hakikat Sosial  | -,151  | ,374  | ,162   | 1  | ,687    | ,860   |
| (X <sub>7</sub> ) Pendapatan      | -,214  | 1,814 | ,014   | 1  | ,006*** | ,808   |
| (X <sub>8</sub> ) Jenis Pekerjaan | ,084   | ,524  | ,026   | 1  | ,872    | 1,088  |
| (X <sub>9</sub> ) Pengeluaran     | ,793   | ,236  | 11,301 | 1  | ,001*** | 2,210  |
| Constant                          | -4,848 | 4,312 | 1,264  | 1  | ,261    | ,008   |

Sumber : Variables in The Equation Data SPSS (diolah 2022)

Keterangan : \* : taraf  $\alpha$  5% (0,05), \* taraf  $\alpha$  1% (0,01)

Dari tabel 2 diperoleh persamaan regresi model logit sebagai berikut :

$$Y = -4,848 + 0,006X_1 - 1,022X_2 + 0,471X_3 + 0,171X_4 + 0,748X_5 - 0,151X_6 - 0,214X_7 + 0,084X_8 + 0,793X_9$$

Indikator variabel (X<sub>3</sub>) kebutuhan, (X<sub>6</sub>) hakikat sosial, (X<sub>8</sub>) jenis pekerjaan tidak berpengaruh secara signifikan, pengaruh variabel dapat dijelaskan sebagai berikut ini;

Tabel 3. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel

| ITEM            | X <sub>1</sub>   | X <sub>2</sub> | X <sub>3</sub> | X <sub>4</sub> | X <sub>5</sub> | X <sub>6</sub> | X <sub>7</sub> | X <sub>8</sub> | X <sub>9</sub> |
|-----------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| STS             | Jumlah Responden | 0              | 0              | 0              | 1              | 0              | 0              | 0              | 0              |
|                 | Persentase       | 0%             | 0%             | 0%             | 1%             | 0%             | 0%             | 0%             | 8%             |
| ST              | Jumlah Responden | 9              | 4              | 5              | 7              | 4              | 4              | 5              | 2              |
|                 | Persentase       | 12%            | 5%             | 7%             | 9%             | 5%             | 5%             | 7%             | 3%             |
| N               | Jumlah Responden | 40             | 28             | 13             | 32             | 32             | 25             | 16             | 11             |
|                 | Persentase       | 53%            | 37%            | 17%            | 43%            | 43%            | 33%            | 21%            | 15%            |
| S               | Jumlah Responden | 20             | 40             | 50             | 27             | 38             | 41             | 47             | 51             |
|                 | Persentase       | 27%            | 53%            | 67%            | 36%            | 51%            | 55%            | 63%            | 48%            |
| SS              | Jumlah Responden | 6              | 3              | 7              | 8              | 1              | 5              | 7              | 10             |
|                 | Persentase       | 8%             | 4%             | 9%             | 11%            | 1%             | 7%             | 9%             | 13%            |
| Nilai Tertinggi |                  | 3              | 3              | 4              | 3              | 4              | 4              | 5              | 5              |
| Keterangan      |                  | Netral         | Netral         | Setuju         | Netral         | Setuju         | Setuju         | Sangat Setuju  | Sangat Setuju  |

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

### 1). Gaya Hidup ( $X_1$ )

Gaya Hidup ( $X_1$ ) dengan hasil uji wald sebesar 0,000 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,038 < 0,05$ . Dapat diketahui bahwa indikator variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Dengan nilai Exponensial ( $B$ ) = 1,006 dan  $b = 0,006$ , dapat diartikan bahwa peran Gaya Hidup ( $X_1$ ) berperan dalam keputusan konsumen untuk membeli kopi berpengaruh positif terhadap peluang konsumen dalam keputusan konsumen membeli kopi di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo.

### 2). Kepribadian ( $X_2$ )

Kepribadian ( $X_2$ ) dengan hasil uji wald sebesar 4,839 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,028 < 0,05$ . Dapat diketahui bahwa indikator variabel Kepribadian ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Dengan nilai Exponensial ( $B$ ) = 0,036 dan  $b = -1,022$ , dapat diartikan bahwa peran kepribadian ( $X_2$ ) berperan dalam keputusan konsumen untuk membeli kopi berpengaruh positif terhadap peluang konsumen dalam keputusan konsumen membeli kopi di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo.

### 3). Kebutuhan ( $X_3$ )

Kebutuhan ( $X_3$ ) dengan hasil uji wald sebesar 0,064 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,800 > 0,05$ . Dapat diketahui bahwa indikator variabel Kebutuhan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Dengan nilai Exponensial ( $B$ ) = 1,602 dan  $b = 0,471$ , dapat diartikan bahwa variabel kebutuhan ( $X_3$ ) tidak berperan dalam keputusan konsumen untuk membeli kopi berpengaruh negatif terhadap peluang konsumen dalam keputusan konsumen membeli kopi di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo.

### 4). Peran Keluarga ( $X_4$ )

Peran keluarga ( $X_4$ ) dengan hasil uji wald sebesar 0,274 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Dapat diketahui bahwa indikator variabel peran keluarga ( $X_4$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Dengan nilai Exponensial ( $B$ ) = 0,853 dan  $b = 0,171$ , dapat diartikan bahwa peran Peran Keluarga ( $X_4$ ) berperan dalam keputusan konsumen untuk membeli kopi berpengaruh positif terhadap peluang konsumen dalam keputusan konsumen membeli kopi di kedai kopi Warkop Kayumas.

### 5). Pendidikan ( $X_5$ )

Pendidikan ( $X_5$ ) dengan hasil uji wald sebesar 1,928 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,035 < 0,05$ . Dapat diketahui bahwa indikator variabel pendidikan ( $X_5$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Dengan nilai Exponensial ( $B$ ) = 2,113 dan  $b = 0,748$ , dapat diartikan bahwa peran pendidikan ( $X_5$ ) berperan dalam keputusan konsumen untuk membeli kopi

berpengaruh positif terhadap peluang konsumen dalam keputusan konsumen membeli kopi di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo.

#### **6). Hakikat Sosial ( $X_6$ )**

Hakikat sosial ( $X_6$ ) dengan hasil uji wald sebesar 0,162 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,687 > 0,05$ . Dapat diketahui bahwa indikator variabel hakikat sosial ( $X_6$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Dengan nilai Exponensial ( $B$ ) = 0,860 dan  $b = -0,151$ , dapat diartikan bahwa variabel hakikat sosial ( $X_6$ ) tidak berperan dalam keputusan konsumen untuk membeli kopi berpengaruh negatif terhadap peluang konsumen dalam keputusan konsumen membeli kopi di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo.

#### **7). Pendapatan ( $X_7$ )**

Pendapatan ( $X_7$ ) dengan hasil uji wald sebesar 0,014 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$ . Dapat diketahui bahwa indikator variabel Pendapatan ( $X_7$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Dengan nilai Exponensial ( $B$ ) = 0,808 dan  $b = -0,214$ , dapat diartikan bahwa peran pendapatan ( $X_7$ ) berperan dalam keputusan konsumen untuk membeli kopi berpengaruh positif terhadap peluang konsumen dalam keputusan konsumen membeli kopi di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo.

#### **8). Jenis Pekerjaan ( $X_8$ )**

Jenis pekerjaan ( $X_8$ ) dengan hasil uji wald sebesar 0,026 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,872 > 0,05$ . Dapat diketahui bahwa indikator variabel jenis pekerjaan ( $X_8$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Dengan nilai Exponensial ( $B$ ) = 1,088 dan  $b = 0,084$ , dapat diartikan bahwa peran jenis pekerjaan ( $X_8$ ) tidak berperan dalam keputusan konsumen untuk membeli kopi berpengaruh positif terhadap peluang konsumen dalam keputusan konsumen membeli kopi di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo.

#### **9). Pengeluaran ( $X_9$ )**

Pengeluaran ( $X_9$ ) dengan hasil uji wald sebesar 1,264 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,261 < 0,05$ . Dapat diketahui bahwa indikator variabel Pengeluaran ( $X_9$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo. Dengan nilai Exponensial ( $B$ ) = 2,210 dan  $b = 0,793$ , dapat diartikan bahwa peran pengeluaran ( $X_9$ ) berperan dalam keputusan konsumen untuk membeli kopi berpengaruh positif terhadap peluang konsumen dalam keputusan konsumen membeli kopi di kedai kopi Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian penulisan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Sosial Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi di kedai Warkop Kayumas Kecamatan Asembagus Kabupaten Situbondo” dengan hasil data yang dapat didapatkan lapangan maka dapat disimpulkan bahwa, Gaya hidup ( $X_1$ ), Kepribadian ( $X_2$ ), Kebutuhan ( $X_3$ ), peran keluarga ( $X_4$ ) pendidikan ( $X_5$ ), Hakikat sosial ( $X_6$ ), pendapatan ( $X_7$ ), jenis pekerjaan ( $X_8$ ), pengeluaran

(X<sub>9</sub>) sejalan dengan hipotesis awal yaitu mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan variabel Hakikat sosial (X<sub>6</sub>), jenis pekerjaan (X<sub>8</sub>), pengeluaran (X<sub>9</sub>) tidak berpengaruh secara signifikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Belgis Novel, Sri Rahayu Tri Astuti. 2015. "Analisis Variabel – Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Luwak Di Kota Semarang." *Diponegoro Journal Of Management* 4:1–11.
- Bramastuti, Novia. 2009. "Pengaruh Prestasi Sekolah Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa Smk Bhakti Oetama Gondangrejo Karanganyar." *Pubikasi* 2:48.
- Buchori, Alma. 2004. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revi. Bandung: Alfabeta.
- Budyana, Putri. 2019. "Penerapan Regresi Logistik Ordinal Dengan Proportional Odds Model Pada Determinan Tingkat Stres Akademik Mahasiswa ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Tingkat I Politeknik Statistika Stis Tahun Akademik 2018 / 2019 )." 368–78.
- Fityan Mizfar, Aldon Sinaga. 2015. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Kopi Instan." *Sepa: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 11(2):175–80.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Gramedia Pustaka Utama.
- Gujarati, Damodar. 1995. *Ekonometrika Dasar*. Aglaonema. Edited By G. Sumarno, Hambali.
- Isyana, Pauliccia Priska, And Sujana. 2020. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Starbucks Di Kota Bogor." *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan* 1(1):89–100. Doi: 10.374/Jipkes.V1i2.920.
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 J. Jakarta: Erlangga.
- Marbun, Irsa Izriyani, Rahmanta Ginting, And Emalisa. 2014. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Kopi Luwak Bermerek Di Kota Medan." *Journal Of Agriculture And Agribusiness Socioeconomics* 3(6):1–14.
- Mardhiyyah, Nishyah, Agung Sri Sulistyawati, And Irma Rahyuda. 2019. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Di Hungry Bird Coffee Canggü." *Kepariwisata Dan Hospitalitas* 3(2):54–68.
- Rasyid Harun, And Deni Setiawan. 2015. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Kopi Luwak." *Jurnal Kelitbangan* 03(03):212–25.
- Schiffman, Leon G. And Leslie Kanuk. 2004. "Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi." Edited By N. J. Setiadi. Jakarta.
- Sudarsono, Alvia Trisdiana, And Mokh. Rum. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Pada Kedai Sehari Sekopi Sidoarjo." *Agriscience* 2(2):408–27. Doi: 10.21107/Agriscience.V2i2.11937.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Edited By A. N. Sugiyono. Bandung: Alfabeta,.
- Sugiyono. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suheli, A. (2019). Realisasi Agama Islam Dalam Kehidupan Sosial. 6-8. Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi. (2016). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesiam*, Juni 2016/1437 H, Volume Vi, No, 1: 45-52, 48-49.
- Utami, Christina Whidya. 2008. *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel*.
- Widodo, Auliya Wiskha, And Moh Erfan Arif. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Es Kopi Susu Di Swag Coffee Co., Kota Malang." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb Ub* 1–16.

