



PENGARUH AKTUALISASI DIRI DAN GAYA HIDUP HANGOUT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI KONNICHIWA DI KOTA DEPOK TAHUN 2023

*Betty Kartika¹, Robby Irvawan²
Administarsi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Abstract.

The crowding of coffee shops in the city of Depok is one of the impacts of lifestyle changes and the increasing demand for coffee consumption by the community. Consumers also often make coffee shops as a place to gather with friends, do assignments and working. At the present time self-actualization can be done by following various kinds of current trends such as trends in technology, music, fashion and culture etc. This is increasingly interesting to study in order to find out how psychological and sociological theories influence consumer purchasing decisions, which are considered to be more consumptive and the higher the enthusiasm for coffee shops. The purpose of this study was to determine the effect of self-actualization and hangout lifestyle on purchasing decisions for Konnichiwa coffee in Depok City. This type of research is quantitative, non-probability sampling technique with incidental sampling method using 110 respondents who have made purchases at Konnichiwa coffee. Data collection used a questionnaire on Googleform with a Likert scale of 1-5 with 22 statement items. The data analysis technique uses multiple linear regression with the assistance of SPSS 25. The results of this study indicate that the self-actualization variable (X1) has a positive and significant influence on purchasing decisions. The hangout lifestyle (X2) has a positive and significant influence on purchasing decisions. Self-actualization (X1) and hangout lifestyle (X2) have a simultaneous influence on purchasing decisions on konnichiwa coffee in Depok City.

Keywords: *Self-actualization, Hangout Lifestyle, Purchasing Decisions*

Cronicle of Article:Received (12,10,2023); Revised (16,10,2023); and Published (28,10,2023).

©2023 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author: Betty Kartika adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* bettikartika13@gmail.com

How to cite this article : Kartika, B., & Irvawan, R. (2023)' Pengaruh Aktualisasi Diri Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Konnichiwa Di Kota Depok Tahun 2023', *Adbispreneur*, 3 (5), pp.578-590 . Available at: <http://JAMBIS>

PENDAHULUAN

Menurut catatan International Coffee Organization (ICO), konsumsi kopi Indonesia tahun 2019 3,6 juta karung. Sedangkan pada 2020 sebanyak 5 juta karung konsumsi tumbuh 3,7%, tertinggi kedua di antara negara-negara produsen kopi. Sedang konsumsi per kapita masih termasuk rendah yaitu 1,1 kg/tahun (Sutrisno, 2022). Menemukan Kedai kopi di kota Depok bukanlah hal yang sulit, hampir seluruh sudut kota dipenuhi oleh kedai kopi yang menyediakan berbagai konsep dan menu yang menarik untuk dicoba. Menjamurnya kedai kopi di kota Depok merupakan salah satu dampak dari perubahan gaya hidup dan kebutuhan masyarakat akan konsumsi kopi semakin meningkat. Konsumen juga kerap menjadikan kedai kopi sebagai tempat berkumpul dengan teman, mengerjakan tugas hingga bekerja. Berdasarkan teori-teori psikologi dan perilaku konsumen, aktualisasi diri merupakan kebutuhan individu untuk mencapai potensi maksimal yang dimilikinya dan menjadi pribadi yang berkembang secara optimal. Sementara itu, gaya hidup hangout mengacu pada aktivitas sosial dan interaksi dengan teman sebaya sebagai bentuk pencarian pengalaman juga kesenangan seperti mengisi waktu luang dan melakukan kegiatan yang menyenangkan seperti bermain game, menonton film, atau hanya sekadar ngobrol santai. Maka aktualisasi diri dan gaya hidup hangout dapat menjadi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian mereka di kedai kopi.

Aktualisasi diri dapat mempengaruhi keputusan pembelian di kedai kopi dengan membantu mereka mencapai tujuan-tujuan yang ingin dicapai, sementara gaya hidup hangout dapat mempengaruhi keputusan pembelian dengan memberikan pengalaman dan kenyamanan dalam berkumpul dengan teman sebaya di kedai kopi. Gaya hidup disini dapat menggolongkan diri sendiri ke dalam sebuah kelompok sosial berdasarkan atas hal-hal apa yang disukai, entah karena sering melihat atau memang sebagai kebiasaan di kedai kopi, bagaimana mereka menghabiskan waktu senggang mereka, dan bagaimana mereka memilih menggunakan uang mereka. Oleh karena itu, gaya hidup seperangkat praktik dan sikap dipengaruhi oleh keterlibatan seseorang di dalam lingkungan atau kelompok sosial karena seringnya mereka melakukan interaksi yaitu tertuju pada remaja. Alhasil kedai kopi selalu menjadi tempat favorit mereka. Bukan hanya sebagai tempat bersantai dan berkumpul bersama sahabat, kehadiran kedai kopi juga menjadi titik temu bagi kolega kerja sekaligus rapat bisnis. Apalagi hal ini semakin menyenangkan dengan tersedianya koneksi wifi. Berikut gambar seseorang mahasiswi yang menjadikan kedai kopi sebagai tempat untuk mengerjakan skripsi:

Lokasi Kopi Konnichiwa yang terbilang sangat strategis karena berada tepat disamping jalan utama yaitu jalan Siliwangi yang disekitarnya banyak terdapat kedai kopi lainnya dan juga beberapa restaurant yang menimbulkan persaingan semakin ketat. Dalam hal ini Kopi Konnichiwa harus berusaha agar kedai kopi tetap ramai konsumen, salah satunya adalah memahami faktor-faktor apa saja yang dapat berpengaruh atau meningkatkan keputusan pembelian di Kopi Konnichiwa. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti harga, kualitas, namun pada penelitian ini faktor yang akan diuji ialah aktualisasi diri dan gaya hidup hangout. Kedua faktor ini diuji karena berdasarkan observasi sementara peneliti dari pengalaman pribadi dan saat mengunjungi beberapa kedai kopi terlihat kaum muda dan tidak sedikit orang dewasa yang indetik dengan aktualisasi diri dan gaya hidup, sampai dianggap sebagai kebutuhan yang mendorong pada keputusan pembelian.

Dalam konteks bisnis dan pemasaran, aktualisasi diri dan gaya hidup dapat menjadi salah satu motivasi utama dalam pembelian produk atau jasa tertentu. Oleh karena itu, ada kebutuhan

untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami bagaimana aktualisasi diri dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan informasi ini untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara Aktualisasi Diri dan gaya hidup hangout terhadap keputusan pembelian di kopi Konnichiwa. Penelitian ini terfokus pada konsumen kopi konnichiwa kota depok.

LITERATUR REVIUW

Consumen Behavior

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam (Roy & Datta, 2022), "Consumer Behavior" didefinisikan sebagai "*The behaviour that consumers display in search of obtaining, using, assessing and rejecting products, services and ideas.*"

Dwiyastuti dalam (Diwyarthi et al., 2022) menjelaskan bahwa kajian perilaku konsumen membuat kita dapat mendalami dan berhasil, bila mendalami aspek-aspek psikologis manusia secara keseluruhan, kekuatan faktor sosial budaya dan juga prinsip-prinsip ekonomis, serta strategi pemasaran yang ada. Kemampuan dalam melakukan analisis perilaku konsumen berarti keberhasilan dalam menyelami jiwa konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

Aktualisasi Diri

Menurut Maslow dalam (Prihartanta, 2015) menggunakan aktualisasi diri atau self-realization sebagai motivasi untuk memperoleh kepuasan dari individu itu sendiri dan untuk memahami segala potensi yang ada dalam dirinya. Hanya dimaksudkan untuk dapat bebas dan berkreasi dengan memaksimalkan potensi yang dimiliki. aktualisasi diri atau pemenuhan diri adalah kebutuhan maksimum yang harus dipenuhi oleh individu begitu kebutuhan lainnya telah terpenuhi.

Kebutuhan akan aktualisasi diri dapat didefinisikan sebagai hasrat untuk mencapai perkembangan yang paling tinggi dan penggunaan semua bakat, pemenuhan semua kualitas dan kapasitas individu (Yustinus Semiun, 2021)

Subawa (2020) aktualisasi diri ialah kebutuhan seseorang tertinggi dan muncul saat kebutuhan sebelumnya telah puas didapatkan.

Kebutuhan aktualisasi diri merupakan kebutuhan tingkat tertinggi, yaitu kebutuhan akan aktualisasi diri dengan menggunakan kemampuan, keterampilan dan potensi optimal untuk mencapai kinerja yang sangat memuaskan atau luar biasa (Purba & Wahyono, 2016).

Gaya Hidup Hangout

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari yang dianut oleh sekelompok orang dalam masyarakat. Dari perspektif ekonomi, gaya hidup mengacu pada bagaimana seseorang menghabiskan uang mereka dan mengatur waktu mereka

Menurut Mowen dalam (Nuraini, 2022) Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang menjalani hidupnya, mengelola keuangannya, dan mengatur waktunya. Ini mencerminkan seluruh pribadi dalam interaksi dengan lingkungannya. Berdasarkan pemahaman sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan pola kehidupan pribadi dalam hal bagaimana seseorang menghabiskan waktunya, apa yang dianggap penting dalam kehidupan sehari-hari dan persepsi tentang diri sendiri dan dunia luar di sekitar kita.

Keputusan Pembelian

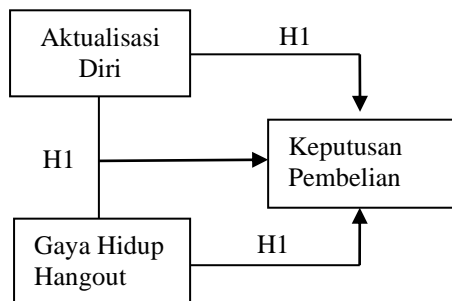
Menurut swastha dan irawan dalam buku (Dr. Dhiraj Kelly Sawlani & Pustaka, 2021) mengemukakan bahwa keputusan konsumen adalah motif atau dorongan yang timbul terhadap sesuatu dimana pembeli melakukan pembelian disebabkan adanya kebutuhan dan keinginan

Menurut Kotler dalam (Kholidah & Arifiyanto, 2020) keputusan pembelian adalah tindakan konsumen untuk mau atau tidak membeli produk tertentu. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) “*Cosumer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumer individuals and households that that buy goods and services for personal consumption.*”

Sedangkan menurut Philip Kotler yang diterjemahkan oleh A.B Susanto (2012) mengemukakan bahwa keputusan pembelian dapat diartikan sebagai suatu keputusan yang diambil oleh seorang calon pembeli menyangkut kepastian akan membeli atau tidak.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H1:Ha Aktualisasi diri berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Ho: Aktualisasi diri tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- H1:Ha Gaya hidup hangout berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Ho: Gaya hidup hangout tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- H1:Ha Aktualisasi diri dan gaya hidup hangout berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Ho: Aktualisasi diri dan gaya hidup hangout berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi pupolasi adalah konsumen Kopi Konnichiwa yang berada di Depok dan jumlah populasi tidak peneliti ketahui dengan pasti.

Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode sampling Insidental. Teknik pengumpulan data memakai kuesioner pada googleform dengan skala likert 1-5. Menurut (Hair Jr et al., 2020) ukuran sampel yang baik berkisar pada jumlah 100-200

responden. Penelitian ini menggunakan skala 5 karena penelitian ini bersifat sosial skala kecil, Maka jumlah pernyataan pada penelitian ini (22) dikalikan 5 sehingga menghasilkan jumlah sampel sebanyak 110 responden dengan margin error 5%.

Definisi Operasional

1) Aktualisasi Diri

1) **Kebutuhan pertumbuhan (growth need)**

Kebutuhan pertumbuhan adalah kebutuhan untuk mengetahui dan memahami sesuatu, untuk tumbuh dan berkembang dengan dihargai orang lain. kebutuhan untuk membuktikan dan menunjukkan dirinya kepada orang lain.

2) **Kebutuhan pencapaian potensi seseorang (achieving one's potential)**

Kebutuhan pencapaian potensi adalah kebutuhan seseorang untuk mengembangkan potensi, kemampuan dan bakat yang ada dalam dirinya secara maksimal.

3) **Kebutuhan pemenuhan diri (self-fulfillment)**

Kebutuhan pemenuhan diri adalah kebutuhan seseorang untuk memenuhi keberadaan diri dengan memaksimalkan penggunaan kemampuan dan potensi yang ada didalam dirinya.

4) **Kebutuhan dorongan**

Kebutuhan dorongan adalah dorongan dalam diri individu untuk mempertahankan keberadaan dirinya sesuai dengan potensi yang dimilikinya.

2) Gaya hidup Hangout

1) **Kegiatan (Activities)**

Kegiatan yang dilakukan seseorang dalam menghabiskan waktu luang mereka.

2) **Minat (Interest)**

Merupakan kondisi dimana seseorang tertarik dalam hal apa dan apa yang dianggap penting.

3) **Opini (Opinion)**

Merujuk pada apa yang mereka pikirkan tentang dirinya dan dunia sekitarnya.

3) Keputusan Pembelian

1) **Kemantapan produk**

Konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif.

2) **Kebiasaan membeli.**

Kebiasaan adalah pengulangan sesuatu secara terus-menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama.

3) **Rekomendasi dari orang lain**

Dapatkan sebuah informasi dari orang lain agar dapat tertarik melakukan pembelian ini.

4) **Pembelian ulang**

Pembelian ulang pada suatu produk

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2018) mengatakan syarat minimum memenuhi syarat valid adalah r hitung lebih besar atau sama dengan 0,3. Menurut (Ghozali, 2011), Suatu variabel bisa dikatakan reliable jika menyampaikan nilai Cronbach Alpha $>0,60$ pada hasil pengujian.

Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali dalam (Sari, 2021) Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki distribusi normal..Pada penelitian ini Grafik Histogram atau P-P Plot digunakan sebagai alat uji normalitas data yang diperoleh. Dikatakan data berdistribusi normal ketika:

Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah asumsi untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang signifikan antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. . Asumsi dari Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dapat dinyatakan sebagai berikut:

- 1) Jika $VIF > 10$ dan nilai Tolerance < 0.10 maka terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika $VIF < 10$ dan nilai Tolerance > 0.10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dalam (Baqiyah, 2021) Mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED.

- 1) Jika titik – titik ada yang membentuk pola tertentu seperti gelombang yang melebar dan menyempit, maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis koefisien determinasi

Koefisien penentu ini menjelaskan besarnya pengaruh atau kontribusi nilai suatu variabel (variabel X) terhadap naik/turunnya (variasi) nilai variabel lainnya (variabel Y).

Dirumuskan =

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan	=
Kd	= Koefisien Determinasi
r^2	= Koefisien korelasi sederhana

Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:	
Y	= Keputusan Pembelian
α	= Konstanta
X1	= Aktualisasi Diri
X2	= Gaya Hidup Hangout
$\beta_1 - \beta_2$	= Koefisien Regresi yang akan di hitung
e	= error term

Uji T

Uji Parsial Koefisien Regresi dilakukan untuk mengetahui apakah Variabel bebas secara parsial (sendiri-sendiri) signifikan mempengaruhi Variabel terikat.

Aturan dalam Uji t:

- 1) Jika $t_{\text{Hitung}} = t_{\text{tabel}} > t_{\text{tabel}} \rightarrow$ Tolak H_0 sehingga H_1 diterima
- 2) Jika $t_{\text{Hitung}} = t_{\text{tabel}} < t_{\text{tabel}} \rightarrow$ Terima H_1 sehingga H_0 ditolak.

Atau dapat juga menggunakan Nilai Signifikansi :

- 1) Jika $\text{Sig} < 0.05 \rightarrow$ Tolak H_0 sehingga H_1 diterima (Signifikan)
- 2) Jika $\text{Sig} > 0.05 \rightarrow$ Terima H_0 sehingga H_1 ditolak (Tidak Signifikan)

Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan melalui penyebaran sebuah angket yang berjumlah 110 responden. Penyebaran angket yang sudah dilengkapi oleh responden ditemukan hasil karakteristik responden pada tabel 1:

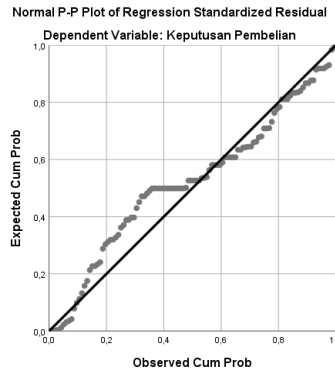
Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	35	31,8%
Perempuan	75	68,2%
Usia		
<18	5	4,5%
18-25	92	83,6%
25-35	10	9,1%
>35	3	2,7%
Pekerjaan		
Karyawan swasta	53	48,2%
Mahasiswa/i	42	38,2%
Wirausaha	8	7,3%
PNS	2	1,8%
Belum Bekerja	5	4,5%

Sumber : SPSS 25 Data diolah pada tahun 2023

Uji normalitas

Berikut adalah hasil uji normalitas untuk menguji data variabel penelitian menggunakan plot probabilitas dan histogram sebagai berikut:



Gambar IV. 1 Hasil Uji Probability Plot
sumber : SPSS 25 Data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan gambar uji probability plot diatas dapat dilihat titik – titik menyebar di sekitar garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat kolerasi antar variabel bebas (independen).

Tabel IV. 1 Uji Multikolinieritas

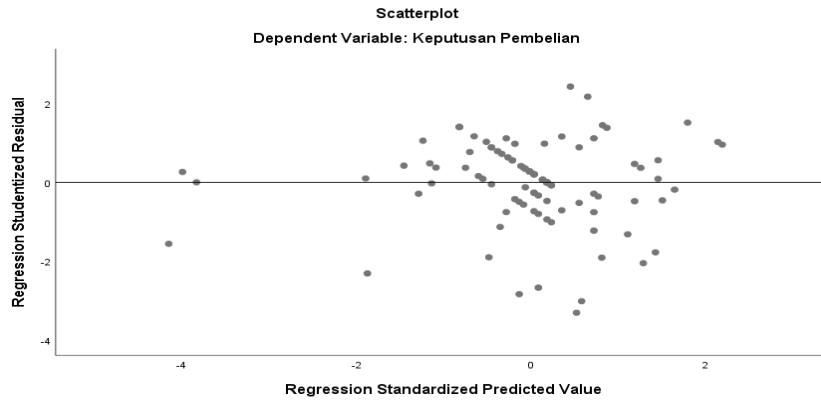
		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7,983	1,689		4,726	,000		
	Aktualisasi Diri	,148	,060	,170	2,489	,014	,671	1,489
	Gaya Hidup <i>Hangout</i>	,803	,078	,705	10,308	,000	,671	1,489

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
sumber : SPSS 25 Data diolah pada tahun 2023

Maka dapat diartikan semua variabel independen dalam penelitian ini nilai VIF $1,489 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada variabel ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Gambar IV. 3 Hasil Uji heteroskedastisitas
sumber : SPSS 25 Data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan Hasil uji heteroskedastisitas dapat di ketahui titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan juga tidak membentuk pola yang jelas. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara aktualisasi diri dan gaya hidup hangout terhadap keputusan pembelian. Dengan alat bantu SPSS 25 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel IV. 2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,983	1,689		4,726	,000
	Aktualisasi Diri	,148	,060	,170	2,489	,014
	Gaya Hidup <i>Hangout</i>	,803	,078	,705	10,308	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

sumber : SPSS 25 Data diolah pada tahun 2023

Sehingga model persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y = (7,983) + (0,148)x_1 + (0,803)x_2 + 1,689$$

Berdasarkan persamaan regresi linier tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai a sebesar 7,983 merupakan konstanta yang artinya apabila variabel bebas aktualisasi diri (X1), gaya hidup hangout (X2) nilainya 0 maka keputusan pembelian (Y) nilainya sebesar 7,983.

- 2) Nilai koefisien regresi aktualisasi diri (X1) sebesar 0,148 yang bernilai positif artinya jika aktualisasi diri meningkat 1% maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,148 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi gaya hidup hangout (X2) sebesar 0,803 yang bernilai positif artinya jika gaya hidup hangout meningkat 1% maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,803 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap.

Uji F

Tingkatannya yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016).

Tabel IV. 3 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	975,329	2	487,665	105,640	,000 ^b
	Residual	493,944	107	4,616		
	Total	1469,273	109			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup *Hangout*, Aktualisasi Diri

Sumber : SPSS 25 Data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan hasil uji f didapatkan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai Fhitung $105,640 > F_{tabel} 3,08$. Sehingga disimpulkan bahwa aktualisasi diri dan gaya hidup hangout berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dapat dikatakan nilai signifikan $F < 0,05$ dan Fhitung $> F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Uji T

Dengan menggunakan tingkat signifikansi ($\alpha=5\%$) dan $df = n-k-1$. Yang artinya $n =$ jumlah sampel, $k =$ jumlah variabel independen ttabel dapat dicari pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ dengan $df = 110 - 2 - 1 = 107$ didapat pada tabel statistik sebesar 1,98238. Berdasarkan hasil uji t pada tabel IV.14 diketahui bahwa:

Tabel IV. 4 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,983	1,689		4,726	,000
	Aktualisasi Diri	,148	,060	,170	2,489	,014
	Gaya Hidup <i>Hangout</i>	,803	,078	,705	10,308	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : SPSS 25 Data diolah pada tahun 2023

1) Pengaruh aktualisasi diri terhadap keputusan pembelian. Nilai t_{hitung} variabel aktualisasi diri sebesar 2,489 dengan tingkat sig. 0,014. Hal tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,489 > 1,98238$) dan nilai sig. $<$ dari 0,05 ($0,014 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel aktualisasi diri berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada kopi Konnichiwa Kota Depok.

Pengaruh gaya hidup hangout terhadap keputusan pembelian.

Nilai t_{hitung} variabel gaya hidup hangout sebesar 10,308 dengan tingkat sig. 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,308 > 1,98238$) dan nilai sig. $<$ dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel gaya hidup hangout berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada kopi Konnichiwa Kota Depok.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel IV. 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,815 ^a	,664	,658	2,14856

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup *Hangout*, Aktualisasi Diri

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

sumber : SPSS 25 Data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi terlihat bahwa nilai R square yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,664. Oleh karena itu dengan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,664 \times 100\%$$

$$Kd = 66,4\%$$

Dengan nilai 66,4% tersebut berarti bahwa variabel aktualisasi diri dan gaya hidup hangout terhadap keputusan pembelian pada kopi Konnichiwa di Kota Depok berpengaruh sebesar 66,4% dan sisanya 33,6% di pengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak diikut sertakan pada penelitian ini.

Pembahasan Hasil Analisis

Pengaruh Aktualisasi Diri (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada variabel aktualisasi diri (X1) menunjukkan nilai signifikansi $<$ dari 0,05 ($0,014 < 0,05$) yang bermakna signifikan dan nilai uji thitung lebih besar dari ttabel ($2,489 > 1,98238$). Maka kesimpulannya yaitu aktualisasi diri (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga hipotesis pertama (H_a) diterima. Berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, konsumen datang ke Kopi Konnichiwa untuk memenuhi aktualisasi diri dan kepuasan pada dirinya. Sehingga banyak konsumen yang datang hanya membeli satu minuman dan nongkrong, mengerjakan tugas ataupun pekerjaannya selama berjam-jam. Hasil penelitian ini

selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widiyanti & Harti, 2021) yang menyatakan bahwa aktualisasi diri berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Gaya Hidup Hangout (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian pada uji t pada variabel gaya hidup (X2) menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) yang artinya signifikan dan nilai thitung $> ttabel$ ($10,308 > 1,98238$). Maka kesimpulannya gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama (H_a) diterima. Gaya hidup memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan termotivasi untuk membeli suatu produk karena mempertahankan atau mengejar gaya hidup tertentu. Gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uang. Dengan memperhatikan dan mengikuti tren gaya hidup yang berkembang saat ini.

Kopi Konnichiwa dapat menyesuaikan dengan gaya hidup saat ini, sehingga kopi Konnichiwa dapat tetap eksis dalam waktu yang lama. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Aulia & Zainarti, 2022) yang menyatakan bahwa gaya hidup hangout berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Aktualisasi Diri (X1) dan Gaya Hidup Hangout (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian pada uji f pada variabel Aktualisasi diri (X1) dan gaya hidup (X2) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang bermakna signifikan dan nilai f hitung lebih besar dari f tabel, nilai f hitung $105,640 > Ftabel$ $3,08$. Maka kesimpulannya pada uji f aktualisasi diri (X1) dan gaya hidup (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga hipotesis pertama (H_a) diterima. Hasil ini selaras dengan hasil penelitian (Oktarina & Andrianingsih, 2021) yang mengatakan bahwa aktualisasi diri dan gaya hidup hangout berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai aktualisasi diri (X1) dan gaya hidup hangout (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Kopi Konnichiwa di kota Depok. Aktualisasi diri secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup Hangout secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Aktualisasi diri dan Gaya hidup Hangout secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kopi Konnichiwa Kota Depok.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Diwyartha, N. D. M. S., Tamara, S. Y., Anggarawati, S., Trinanda, O., Gemilang, F. A., Sulaeman, M., Utama, S. P., & Mulyana, M. (2022). Perilaku Konsumen.
- Dr. Dhiraj Kelly Sawlani, S. E. M. M. S., & Pustaka, S. M. (2021). Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan. Scopindo Media Pustaka.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jurnal

- Roy, P., & Datta, D. (2022). Theory And Models Of Consumer Buying Behaviour: A Descriptive Study. SSRN Electronic Journal, XI(VIII), 206–217.
- Yustinus Semiun, O. F. M. (2021). Teori-Teori Kepribadian Humanistik. PT Kanisius.
- Purba, C. C. S., & Wahyono, T. (2016). Penghargaan Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT. Pln (Persero) Distribusi Jakarta Raya Dan Tangerang). Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 2(3), 799–818.
- Nuraini, A. R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fkip Universitas Pasundan. Repository FKIP UNPAS.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal. Penerbit NEM.
- Kusuma, D. C. S. D. (2021). Dampak Media Sosial Dalam Gaya Hidup Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fe Uny. Jurnal Riset Agama, 17(1), 15–33.
- Hair Jr, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing Measurement Model Quality In PLS-SEM Using Confirmatory Composite Analysis. Journal Of Business Research, 109, 101–110.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Alfabeta (Ed.)).
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.
- Sari, F. P. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Pada Mahasiswa Umsu. Repository Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Baqiyah, A. A. (2021). Pengaruh Pendidikan, Pelatihan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada KSPPS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Undergraduate Thesis.
- Widiyanti, D., & Harti, H. (2021). Pengaruh Self-Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Kekinian Pada Generasi Milenial Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran, 15(1), 50–60.
- Yusrita, S. (2019). Business Plan. Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Aulia, Wi., & Zainarti. (2022). Pengaruh Aktualisasi Diri Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Kalamera Coffee Space Pada Generasi Milenial Kota Medan. Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, Dan Agama, 8(2).
- Oktarina, N. D., & Andrianingsih, V. (2021). Pengaruh Self-Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Ramio Pada Generasi Milenial Kota Sumenep. Jurnal Pemikiran & Penelitian Ekonomi, 9(2).
- Subawa, N. S., Widhiasthini, N. W., Pika, P. A. T. P., Suryawati, P. I., & Astawa, I. N. D. (2020). Generation Z Behavior And Low Price Products In The Era Of Disruption. International Journal of Social Sciences and Management Review, 3(3), 1-12

Website

- Sutrisno, E. (2022, March). Semerbak Harum Industri Kopi. Redaksi Indonesia.Go.Id