



PENGARUH *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL*, MOTIVASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMSI KOPI DI ERA PANDEMI COVID-19

NOVIE NOSTALGIA ADIWINATA



**SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2021**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.



@Hak cipta milik IPBUniversity

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA*

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis berjudul *Pengaruh Perceived Behavioral Control, Motivasi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Kopi di Era Pandemi Covid-19* adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2021

Novie Nostalgia Adiwinata
NIM K151611

*Pelimpahan hak cipta atas karya tulis dari penelitian kerjasama dengan pihak luar IPB harus didasarkan pada perjanjian kerjasama yang terkait



@Hak cipta milik IPBUniversity

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.

RINGKASAN

NOVIE NOSTALGIA ADIWINATA. Pengaruh *Perceived Behavioral Control*, Motivasi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Kopi di Era Pandemi Covid-19. Dibimbing oleh UJANG SUMARWAN dan MEGAWATI SIMANJUNTAK.

Saat ini gaya hidup masyarakat dalam mengonsumsi kopi yaitu cenderung mengonsumsi kopi dari *coffee shop* dibandingkan membuat kopi sendiri di rumah. Namun, pada awal tahun 2020 ini Indonesia ditetapkan sebagai salah satu negara yang terkena dampak pandemi Covid-19 yang berasal dari Wuhan. Adanya pandemi menyebabkan daya beli masyarakat menurun. Konsumen cenderung mengutamakan kebutuhan pokok yang dapat menunjang keberlangsungan hidup. Terdapat empat variabel laten yang digunakan dalam penelitian ini yaitu motivasi, gaya hidup, *perceived behavioral control* dan perilaku konsumsi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah teknik *voluntary sampling* berdasarkan kerelaan untuk berpartisipasi dalam penelitian. Responden yaitu konsumen yang pernah membeli produk minuman kopi baik di *café* atau di rumah minimal satu kali dalam enam bulan terakhir terhitung sejak bulan Maret 2020 ketika Indonesia dinyatakan sebagai salah satu negara yang terdampak virus Covid-19. Pada penelitian, jumlah sampel responden yang dibutuhkan adalah minimal 120 orang. Adapun jumlah responden yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 200 responden yang telah memenuhi *screening* semua responden. Teknik pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini terdiri dari penelitian data kuantitatif. Data yang diperoleh diolah menggunakan *Microsoft Excel 2013* dengan membuat tabel frekuensi untuk melihat data awal responden pada tiap variabel secara tunggal. Selanjutnya data awal diolah dengan SPSS 22 untuk uji awal validitas dan reliabilitas pada kuesioner. Penggunaan SEM PLS digunakan untuk melihat hubungan variabel dan indikator dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam mengonsumsi minuman kopi selama masa pandemi yaitu konsumen tetap setia dengan preferensi merek masing-masing karena rasa yang didapatkan pada setiap kopi berbeda. Konsumen sering membeli produk minuman kopi bersama teman atau orang terdekat yang memiliki kesamaan dalam selera kopi. Produk minuman kopi yang disukai konsumen yaitu kopi siap saji dari kedai kopi. Variabel motivasi dan gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap variabel perilaku konsumsi sedangkan, variabel *perceived behavioral control* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumsi. Implikasi manajerial yang dapat diterapkan bagi industri minuman kopi dalam pengelolaan aktivitas pemasaran pada masa pandemi Covid-19 dikelompokkan berdasarkan variabel motivasi dan gaya hidup yaitu produsen produk minuman kopi disarankan untuk dapat menerapkan inovasi terbaru pada produk minuman kopi dan mengikuti tren terkini namun tetap mempertahankan kualitas serta meningkatkan promosi agar produk terkesan familiar di benak konsumen.

Kata kunci: gaya hidup, kopi, motivasi, *perceived behaviour control*, perilaku konsumsi



SUMMARY

NOVIE NOSTALGIA ADIWINATA. The Influence of Perceived Behavioral Control, Motivation, and Life Style toward Coffee Consumption Behavior in Covid-19 Era. Supervised by UJANG SUMARWAN and MEGAWATI IMANJUNTAK.

Currently, people's lifestyle in consuming coffee is that they tend to consume coffee from coffee shops compared to making their own coffee at home. However, in early 2020, Indonesia was designated as one of the countries affected by the Covid-19 pandemic originating from Wuhan. The existence of a pandemic has caused people's purchasing power to decline. Consumers tend to prioritize basic needs that can support their life. The spread of Covid-19, which tends to increase, also affects consumers' psychology in determining the consumption of food and drinks that are considered safe during this pandemic, including coffee consumption. There are four latent variables used in this study, namely motivation, lifestyle, perceived behavioral control and consumption behavior. The sampling technique used in this research is voluntary sampling based on a willingness to participate in the research. Consumers who are respondents in this study are limited to consumers who have purchased coffee beverage products in locations throughout Indonesia for at least once in the last six months starting from March 2020 when Indonesia was declared one of the countries affected by the Covid-19 virus. In this study, the required number of respondents is a minimum of 120 people. The number of respondents obtained in this study were 200 respondents who had met the screening of all respondents. Data processing and analysis techniques in this study consisted of quantitative data research. The data obtained were processed using Microsoft Excel 2013 by creating a frequency table to see the respondent's initial data on each variable individually. Furthermore, the initial data was processed with SPSS 22 to test the validity and reliability of the questionnaire. The use of SEM PLS is used to see the relationship between variables and indicators in the study.

The results showed that consumer behavior in consuming coffee drinks during the pandemic was that consumers remained loyal to their respective brand preferences because the taste of each coffee was different. Consumers often buy coffee drink products with friends or closest people who have similar tastes of coffee. Coffee drink products that are preferred by consumers are ready-to-eat coffee from coffee shops. The variables of motivation and lifestyle have a significant positive effect on the consumption behavior variable, while the variable perceived behavioral control has no significant effect on the consumption behavior variable. The managerial implications that can be applied to the coffee beverage industry in managing marketing activities during the Covid-19 pandemic are grouped based on motivation and lifestyle variables, namely coffee drink product producers are advised to be able to implement the latest innovations in coffee beverage products and follow the latest trends but still maintain quality and increase promotion so that products seem familiar in the minds of consumers.

Keywords: coffee, consumption behaviour, life style, motivation, perceived behaviour control

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.



© Hak Cipta Milik IPB, Tahun 2021
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.



@Hak cipta milik IPBUniversity

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.

**PENGARUH *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL*,
MOTIVASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI KOPI
DI ERA PANDEMI COVID-19**

NOVIE NOSTALGIA ADIWINATA

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2021**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.



@Hak cipta milik IPBUniversity

Penguji Luar Komisi pada Ujian Tesis: Dr Ir Lilik Noor Yuliati, MFSA

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.



Judul Tesis : Pengaruh *Perceived Behavioral Control*, Motivasi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Kopi di Era Pandemi Covid-19
Nama : Novie Nostalgia Adiwinata
NIM : K15161135

Disetujui oleh
Komisi Pembimbing

Prof Dr Ir Ujang Sumarwan, MSc
Ketua

Dr Megawati Simanjuntak, SP, MSi
Anggota

Diketahui oleh

Ketua Program Studi
Manajemen dan Bisnis

Dekan Sekolah Pascasarjana

Prof Dr Ir M. Syamsul Maarif, M Eng

Prof Dr Ir Anas Miftah Fauzi, M Eng

Tanggal Ujian Tesis: 19 Desember 2020

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah berjudul “Pengaruh *Perceived Behavioral Control*, Motivasi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Kopi di Era Pandemi Covid-19” dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr Ir Ujang Sumarwan, MSc dan Ibu Dr Megawati Simanjuntak, SP, MSi selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, dukungan dan bimbingannya dalam penulisan dan penyusunan karya ilmiah ini.
2. Ibu Dr Ir Lilik Noor Yulianti, MFSA selaku penguji luar komisi dan Ibu Dr Ir Popong Nurhayati, MM selaku wakil program studi yang telah memberikan kritik, saran serta masukan pada penulis agar penelitian ini dapat ditulis secara lebih baik.
3. Para dosen, staf dan seluruh civitas akademik SB IPB atas kerjasama dan bantuannya selama masa perkuliahan sampai penulisan tesis ini selesai.
4. Suami penulis Sandi Noorzaman, atas rekomendasi dan dukungan yang diberikan kepada penulis untuk mengikuti program magister SB IPB.
5. Anak penulis Ibrahim Malik Noorzaman, orang tua penulis mama Iyus Rusmiati, papih Eddy Sutaddy (alm), kakak-kakak penulis Ida Dasmaniah, Sussy Suswati, Ina Sutriani, Ipar penulis Jono dan Muhamad Gumati dan keponakan penulis Riki Solehudin, Reza Rifaldi, Faisal Rasyid, Muhammad Rachman, Michelle Tiffany Aprins, Moura Cecillia atas doa dan dukungannya sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Sahabat penulis atas dukungan dan motivasinya kepada penulis dalam menyelesaikan program magister SB IPB.
7. Teman-teman seperjuangan kelas E-63 atas doa, semangat, waktu dan keceriaannya selama masa perkuliahan yang telah diberikan kepada penulis.
8. Seluruh pihak yang telah membantu penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan menggunakan tesis ini sebagai acuan dan referensi untuk dunia institusi pendidikan maupun pemilik bisnis.

Bogor, Januari 2021

Novie Nostalgia Adiwinata

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
1 PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	4
Manfaat Penelitian	4
Ruang Lingkup Penelitian	4
2 TINJAUAN PUSTAKA	5
<i>Perceived Behavioral Control</i>	5
Motivasi	5
Gaya Hidup	6
Perilaku Konsumsi	7
Kajian Penelitian Terdahulu	8
Kerangka Pemikiran Konseptual	9
Hipotesis Penelitian	10
3 METODE PENELITIAN	10
Desain Penelitian	10
Lokasi dan Waktu Penelitian	11
Teknik Pengambilan Sampel	11
Teknik Pengumpulan Data	12
Jenis dan Sumber Data	12
Deskripsi Variabel dan Skala Pengukuran	12
Analisis Data	15
4 HASIL DAN PEMBAHASAN	17
Karakteristik Responden	17
Perilaku Pembelian	20
Deskripsi Indikator Variabel	24
Pengaruh <i>Perceived Behavioral Control</i> , Motivasi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi	29
Implikasi Manajerial	39
Keterbatasan Penelitian	40
5 SIMPULAN DAN SARAN	40
Simpulan	40
Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	46
RIWAYAT HIDUP	57

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.

DAFTAR TABEL

1	<i>Loading factor</i> uji validitas	11
2	Deskripsi variabel dan indikator penelitian	12
3	Karakteristik responden	18
4	Perilaku pembelian sebelum dan saat pandemi Covid-19	21
5	Perilaku konsumen mengonsumsi minuman kopi	23
6	Dimensi dan pernyataan variabel <i>perceived behavioral control</i>	25
7	Dimensi dan pernyataan variabel motivasi	26
8	Dimensi dan pernyataan variabel gaya hidup	26
9	Dimensi dan pernyataan variabel perilaku konsumsi	28
10	Nilai <i>loading factor</i> variabel <i>perceived behavioral control</i>	29
11	Nilai <i>loading factor</i> variabel motivasi	30
12	Nilai <i>loading factor</i> variabel gaya hidup	32
13	Nilai <i>loading factor</i> variabel perilaku konsumsi	32
14	Nilai AVE	33
15	Nilai uji reliabilitas	33
16	Nilai R ²	34
17	Nilai koefisien jalur antar peubah laten	35
18	Hasil uji hipotesis	36
19	Implikasi manajerial	39

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran konseptual	10
2	Kerangka pemikiran operasional	10
3	Model hibrid SEM	17
4	Nilai <i>loading factor</i>	31
5	Nilai <i>t-statistic</i>	36

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner	47
2	Hasil uji validitas dan reliabilitas	55