



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN-PT No. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022*

***Pengaruh Sensory Appeal, Lifestyle, Health Motive***  
***Terhadap Attitude, Search, Action dan Share Bagi***  
***Konsumen Kopi di Bandung***

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Muhammad Dja'ar Ambiyya

6081901201

Bandung

2024



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN-PT No. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022*

***Pengaruh Sensory Appeal, Lifestyle, Health Motive***  
***Terhadap Attitude, Search, Action dan Share Bagi***  
***Konsumen Kopi di Bandung***

Skripsi

Oleh

Muhammad Dja'ar Ambiyya

6081901201

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Administrasi  
Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Muhammad Dja'ar Ambiyya Sudiono  
Nomor Pokok : 6081901201  
Judul : Pengaruh *Sensory Appeal, Lifestyle, Health Motive* Terhadap  
*Attitude, Search, Action* dan *Share* Bagi Konsumen Kopi di Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada (Selasa/23/2024)  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil : \_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., Msi. : \_\_\_\_\_

**Anggota**

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.S.E : \_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Dja'ar Ambiyaa  
NPM : 6081901201  
Program Studi : Administrasi Bisnis Program Sarjana  
Judul : Pengaruh *Sensory Appeal, Lifestyle, Health Motive* Terhadap *Attitude, Search, Action* dan *Share* Bagi Konsumen Kopi di Bandung

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 3 Januari 2024



METER  
TEMPORAL  
10000  
FCAKX04880910

Muhammad Dja'ar Ambiyaa

## ABSTRAK

Nama : Muhammad Dja'ar Ambiyaa  
NPM : 6081901201  
Judul : Pengaruh *Sensory Appeal, Lifestyle, Health Motive* Terhadap *Attitude, Search, Action* dan *Share* Bagi Konsumen Kopi di Bandung

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Untuk mengetahui apakah *sensory appeal, lifestyle* dan *health motive* berpengaruh terhadap *attitude, search, action, share* bagi konsumen kopi di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan jenis penelitian *explanatory* dan Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *Google Form* kepada 180 responden. Analisis data menggunakan SMART PLS (*Partial Least Square*). Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk konsumen Kopi di Bandung agar dapat melakukan pengembangan terhadap *Attitude, Search, Action* dan *Share*. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Sensory Appeal, Lifestyle* dan *Health Motive* merupakan elemen penting dalam konsumen Kopi di Bandung, maka dari itu kedai kopi di Bandung perlu meningkatkan *Attitude, Search, Action*, yang bertujuan mendapatkan peningkatkan *Sensory Appeal, Lifestyle* dan *Health Motive* bagi konsumen Kopi di Bandung.

**Kata Kunci:** *Sensory Appeal, Lifestyle, Health Motive, Attitude, Search, Action, Share, Konsumen Kopi, Kota Bandung*

## ABSTRACT

Name : Muhammad Dja'ar Ambiyaa  
Student ID : 6081901201  
Title : Pengaruh *Sensory Appeal, Lifestyle, Health Motive* Terhadap *Attitude, Search, Action* dan *Share* Bagi Konsumen Kopi di Bandung

*This study aims to determine whether sensory appeal, lifestyle, and health motive affect attitude, search, action, share for coffee consumers in Bandung City. The research method used in this research is a survey method with an explanatory research type and the data collection technique uses a questionnaire distributed via Google Form to 180 respondents. Data analysis using SMART PLS (Partial Least Square). The result of this study can be taken into consideration for coffee consumers in Bandung in order to develop attitude, search, action and share. Based on the results of this study, it shows that sensory appeal, lifestyle and health motive are important elements in coffee shops in Bandung, therefore coffee shops in Bandung need to increase attitude, search, action, which aims to increase sensory appeal, lifestyle and health motive for coffee consumers in Bandung.*

***Keybords: Sensory Appeal, Lifestyle, Health Motive, Attitude, Search, Action, Share, Coffee Consumers, Bandung City***

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Sensory Appeal, Lifestyle, Health Motive* Terhadap *Attitude, Search, Action* dan *Share* Bagi Konsumen Kopi di Bandung” ini adalah dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar S1 Program Studi Administrasi Bisnis pada Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT karena telah memberikan kekuatan, kesehatan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi.
2. Almarhumah mami & mangendut yang belum sempat penulis bahagiakan
3. Bunda yang sudah mendo’akan untuk kelancaran dalam pengerjaan skripsi ini
4. Seluruh teman dan sahabat penulis (Siti Syabania, Maritsa Adnina, Vanisya Aprillia, Bagus Adisaka, Ghorga, Tasya Annisa, Nofrizal, Wahyu Ika, Karina Ayu, Nindya, Nadia, Sherin)
5. Bu Pamela selaku psikolog yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama ini
6. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis dalam proses penyusunan skripsi selalu memberikan masukan selama proses penyusunan skripsi sejak awal hingga akhir.

7. Ibu Dr. Orpha Jane selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan
8. Bapak Adrianus Tirta, S.E., M.M. selaku ketua prodi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
9. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Prodi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan
10. Bang Eji selaku owner Berawal Coffee yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk meneliti dan memperoleh data Berawal Coffee

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan belum mendekati kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan saran, masukan dan kritik untuk membangun dalam memperbaiki skripsi ini agar dapat bermanfaat. Akhir kata, penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi.

Bandung, 03 Januari 2024

Muhammad Dja'ar Ambiyaa



## DAFTAR ISI

### Table of Contents

<b>BAB 1</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	2
1.3 TUJUAN PENELITIAN .....	3
<b>BAB 2</b> .....	<b>4</b>
<b>KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI</b> .....	<b>4</b>
2.1 TEORI DAN KONSEP YANG RELEVAN .....	4
2.1.1 <i>SENSORY APPEAL</i> .....	4
2.1.2 <i>LIFESTYLE</i> .....	11
2.1.3 <i>HEALTH MOTIVE</i> .....	14
2.1.4 <i>ATTITUDE</i> .....	18
2.1.5 <i>SEARCH</i> .....	22
2.1.6 <i>ACTION</i> .....	24
2.1.7 <i>SHARE</i> .....	27
2.1.8 PENELITIAN TERDAHULU .....	29
2.1.9 HIPOTESIS .....	29
2.1.10 MODEL PENELITIAN .....	30
2.1.11 OPERASIONAL VARIABEL .....	31
2.2 METODE .....	32
2.2.1 METODE PENELITIAN .....	32
2.2.2 JENIS PENELITIAN .....	32
2.2.3 POPULASI DAN SAMPLING .....	33
2.2.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	34
2.2.5 TEKNIK ANALISIS DATA .....	36
<b>BAB III</b> .....	<b>37</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>37</b>
3.1 PROFIL RESPONDEN .....	37

3.1.1 USIA .....	37
3.2.2 JENIS KELAMIN .....	38
3.2.3 PEKERJAAN .....	38
3.2.4 TINGKAT PENDIDIKAN TERAKHIR .....	39
3.2.5 PENDAPATAN .....	40
3.2.6 PENGELUATAN PERBULAN UNTUK MEMBELI KOPI .....	41
3.2.7 SEBERAPA SERING MENGKONSUMSI KOPI DALAM SEBULAN .....	42
3.3 HASIL PENELITIAN .....	43
3.3.1 UJI MODEL PENGUKURAN (OUTER MODEL) .....	43
3.3.2 UJI MODEL STRUKTURAL (INNER MODEL) .....	52
<b><u>BAB IV .....</u></b>	<b><u>64</u></b>
<b><u>KESIMPULAN AKHIR DAN REKOMENDASI .....</u></b>	<b><u>64</u></b>
4.1 KESIMPULAN .....	64
4.2 REKOMENDASI .....	66
4.3 IMPLIKASI .....	67
<b><u>DAFTAR PUSTAKA .....</u></b>	<b><u>69</u></b>
<b><u>BIBLIOGRAPHY .....</u></b>	<b><u>69</u></b>
<b><u>LAMPIRAN .....</u></b>	<b><u>71</u></b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	30
Gambar 3. 1 Outer Model .....	44
Gambar 3. 2 Inner Model .....	53

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Indikator <i>Sensory Appeal</i> .....	10
Tabel 2. 2 Indikator <i>Lifestyle</i> .....	14
Tabel 2. 3 Indikator <i>Health Motive</i> .....	17
Tabel 2. 4 Indikator <i>Attitude</i> .....	21
Tabel 2. 5 Indikator <i>Search</i> .....	23
Tabel 2. 6 Indikator <i>Action</i> .....	26
Tabel 2. 7 Indikator <i>Share</i> .....	28
Tabel 2. 8 Skala Likert.....	35
Tabel 3. 1 Usia.....	37
Tabel 3. 2 Jenis Kelamin.....	38
Tabel 3. 3 Pekerjaan.....	38
Tabel 3. 4 Tingkat Pendidikan Terakhir.....	39
Tabel 3. 5 Pendapatan.....	40
Tabel 3. 6 Pengeluaran Perbulan Untuk Membeli Kopi.....	41
Tabel 3. 7 Seberapa Sering Mengonsumsi Kopi Dalam Sebulan.....	42
Tabel 3. 8 Nilai Factor Loading.....	45
Tabel 3. 9 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	46
Tabel 3. 10 Nilai Korelasi Antar Variabel (Fornell Lacker).....	48
Tabel 3. 11 <i>Cross Loading</i> .....	48
Tabel 3. 12 <i>Heterotrait-monotrait ratio</i> (HTMT).....	51
Tabel 3. 13 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	52
Tabel 3. 14 Hasil R Square $[(R)^2]$ .....	54
Tabel 3. 15 Hasil F Square.....	55
Tabel 3. 16 Hasil Q-Square.....	58
Tabel 3. 17 Hasil Pengujian Hipotesis.....	59

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini Kota Bandung menjadi salah satu kota yang terkenal akan kulinernya, mulai dari restoran, *coffee shop*, dan lain lainnya. Sudah beberapa tahun belakangan Kota Bandung marak dengan beragam jenis *coffee shop* dengan masing masing kekhasannya. Pada saat ini minum kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup semua orang, mulai dari kalangan muda hingga yang tua. Dengan berkembangnya zaman budaya nongkrong di *coffee shop* merupakan budaya yang tidak bisa dipungkiri lagi. Tren ini menjadikan konsumsi kopi yang meningkat, berkembangnya ragam jenis kopi serta menjamurnya *coffee shop* di kota Bandung menjadi faktor yang membuat kopi lebih dekat dengan masyarakat dan berubah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Mereka yang mengutamakan “nongkrong” akan memilih tempat yang nyaman serta dapat berkumpul Bersama teman dengan waktu yang lama. Oleh sebab itu mengapa *coffee shop* merupakan tempat yang sedang marak didatangi oleh anak muda untuk berkumpul Bersama teman teman, mengerjakan tugas.

*Coffee shop* yang memiliki citra rasa kopi yang beda dari tempat lain akan menjadikan *coffee shop* tersebut menjadi tujuan utama bagi Sebagian orang yang tidak hanya melihat dari keunikan dari konsep *coffee shop* tersebut, tetapi mereka

mengincar rasa kopi yang khas yang disediakan. Dalam mendirikan *coffee shop* itu sendiri tentunya para pemilik sudah melihat kondisi pemasaran yang baik untuk kemajuan dari *coffee shop* mereka. Mulai dari lokasi yang strategis juga dipilih oleh pemilik untuk menarik pelanggan. Peminat *coffee shop* yang memiliki suasana nyaman dan unik tentunya menjadi pengaruh terhadap gaya hidup di kalangan anak muda. Karena anak muda merupakan sasaran yang paling banyak nongkrong di *coffee shop*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berikut merupakan rumusan masalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *sensory appeal* terhadap *attitude*
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *sensory appeal* terhadap *search*
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *sensory appeal* terhadap *action*
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *lifestyle* terhadap *attitude*
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *lifestyle* terhadap *search*
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *lifestyle* terhadap *action*

7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *health motive* terhadap *attitude*
8. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *health motive* terhadap *search*
9. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *health motive* terhadap *action*
10. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *attitude* terhadap *search*
11. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *search* terhadap *action*
12. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *attitude* terhadap *action*
13. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif *action* terhadap *share*

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *sensory appeal*, *lifestyle* dan *health motive* berpengaruh terhadap *attitude*, *search*, *action*, *share* bagi konsumen kopi di Kota Bandung?