

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *LIFE STYLE* DAN *TREND*  
TERHADAP MINAT BELI KOPI KEKINIAN  
(Studi Kasus di Golden Brown Café, Kecamatan Banyumanik, Kota  
Semarang)**

---

**SKRIPSI**

---

**Oleh**

**SURTIKA CAHAYA SARI  
23020317120020**



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS  
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
S E M A R A N G  
2 0 2 4**

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *LIFE STYLE* DAN *TREND*  
TERHADAP MINAT BELI KOPI KEKINIAN  
(Studi Kasus di Golden Brown Café, Kecamatan Banyumanik, Kota  
Semarang)**

Oleh :

SURTIKA CAHAYA SARI  
NIM: 230203117120020

Salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S1 Agribisnis  
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS  
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
S E M A R A N G  
2 0 2 4**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Surtika Cahaya Sari  
NIM : 23020317120020  
Program Studi : SI Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul **Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Life Style* dan *Trend* terhadap Minat Beli Kopi Kekinian (Studi Kasus di Golden Brown Café, Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang)** dan penelitian yang berkaitan dengan skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing yaitu : **Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D. dan Kadhung Prayoga, S.P., M.Sc.**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Juni 2024  
Penulis,



Surtika Cahaya Sari

Mengetahui

Pembimbing Utama

A large, stylized handwritten signature in black ink, belonging to Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.

Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.

Pembimbing Anggota

A handwritten signature in black ink, consisting of a vertical line with a small hook at the bottom, belonging to Kadhung Prayoga, S.P., M.Sc.

Kadhung Prayoga, S.P., M.Sc.

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *LIFE STYLE* DAN *TREND* TERHADAP MINAT BELI KOPI KEKINIAN (Studi Kasus di Golden Brown Café, Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang)

Nama Mahasiswa : SURTIKA CAHAYA SARI

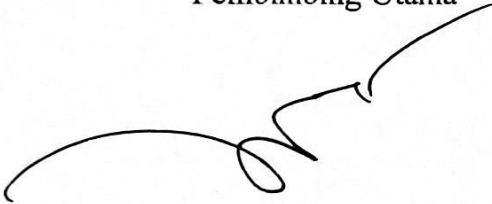
NIM : 23020317120020

Program Studi/Departemen : S1 AGRIBISNIS/ PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

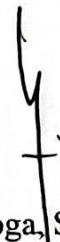
Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji  
dan dinyatakan lulus pada tanggal **14 JUN 2024**

Pembimbing Utama



Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.

Pembimbing Anggota



Kadhung Prayoga, S.P., M.Sc.

Ketua Program Studi Agribisnis



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Migie Handayani, S.Pt., M.Si.

Dekan



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D.

Ketua Departemen



Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si.

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *LIFE STYLE* DAN *TREND* TERHADAP MINAT BELI KOPI KEKINIAN**

**(Studi Kasus di Golden Brown Café, Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang)**

**Oleh:  
Surtika Cahaya Sari**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *life style* dan *trend* terhadap minat beli kopi kekinian pada konsumen Golden Brown Café. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2024 pada konsumen Golden Brown Café. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu deskriptif kuantitatif, dengan jumlah seluruh sampel sebanyak 110 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survey yang dilaksanakan dalam bentuk kuesioner serta menggunakan skala likert dalam pengategorian pertanyaan dan dokumentasi. Analisis data menggunakan statistik deskriptif dan statistik regresi linier berganda. Hasil analisis deskriptif dari penelitian ini adalah *brand image* didominasi oleh tanggapan sangat baik, *life style* diisi dengan tanggapan baik sedangkan tanggapan *trend* sangat tidak baik. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan *brand image*, *life style* dan *trend* secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Secara simultan *brand image*, *life style* dan *trend* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli dengan hasil nilai determinasi sebesar 60,2%.

**Kata Kunci :** Golden brown, kopi, minat beli, pengaruh

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, LIFE STYLE AND  
TREND ON THE BUYING INTENT TOWARDS CONTEMPORARY COFFEE  
(A Case Study at Golden Brown Café, Banyumanik District, Semarang City)**

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of “brand image”, “life style” and “trend” on the consumers’ interest to buy contemporary coffee at Golden Brown Café. The study was conducted in February-March 2024 on Golden Brown Café consumers. The research method used in the study is quantitative descriptive, with a total sample of 110 respondents. The data collection method used in this study is by survey method in the form of questionnaires along with using Likert scale in categorizing questions and documentation. Data analysis uses descriptive and multiple linear regression statistics. The result of the descriptive analysis of this study is that “brand image” is dominated by very good responses, “life style” is loaded by good responses, while “trends” responses are not very good. The results of multiple linear regression analysis showed that “brand image”, “life style”, and “trend” partially have a significant and positive effect on buying intent. Simultaneously, “brand image”, “life style” and “trend” have a significant effect on buying intent by yielding determination value of 60.2%.*

**Keywords:** Golden brown, coffee, buying, intent, influence

## KATA PENGANTAR

Minat beli adalah proses evaluasi konsumen dalam membeli produk atau jasa. Peningkatan jumlah konsumsi kopi menyebabkan banyaknya bisnis di bidang kuliner minuman kopi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *life style* dan *trend* terhadap minat beli kopi kekinian pada konsumen Golden Brown Café.

Skripsi ini dapat diselesaikan dengan bantuan dan bimbingan banyak pihak yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis. Penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D. selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing, mengarahkan, memotivasi dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi;
2. Kadhung Prayoga, S.P., M.Sc. selaku dosen pembimbing anggota membantu penulis dalam memberikan masukan skripsi;
3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian yang telah memberikan fasilitas dan kemudahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik;
4. Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si. selaku Ketua Departemen Pertanian yang memberikan kemudahan penulis dalam menyelesaikan skripsi;
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi S-1 Agribisnis yang memberikan kemudahan penulis dalam menyelesaikan skripsi;

6. Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D. selaku Koordinator Lab Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam penyelesaian skripsi;
7. Siwi Gayatri, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku dosen wali atas bimbingan dan kesempatan yang penulis terima selama menempuh pendidikan di Universitas Diponegoro;
8. Owner, staff di Golden Brown Café dan seluruh konsumen yang telah membantu peneliti dalam pengambilan data sebagai responden;
9. Ibu Lindaningsih dan Bapak Suparjan selaku orang tua yang telah memberikan dukungan baik mental dan finansial dengan penuh rasa kesabaran dan cinta kasih serta kepada diri saya sendiri sebagai penulis yang telah menyelesaikan skripsi;
10. Teman-teman agribisnis 2017 dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu karena telah memberikan saya dukungan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, baik dari segi materi maupun cara penyajiannya. Kritik dan saran membangun sangat penulis harapkan kepada pembaca. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca dan pihak-pihak yang terlibat dalam skripsi

Semarang,                  Juni 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                         | Halaman |
|-----------------------------------------|---------|
| KATA PENGANTAR .....                    | vii     |
| DAFTAR TABEL .....                      | xi      |
| DAFTAR ILUSTRASI .....                  | xi      |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                   | xiii    |
| BAB I. PENDAHULUAN .....                | 1       |
| 1.1. Latar Belakang.....                | 1       |
| 1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 3       |
| 1.3. Hipotesis Penelitian .....         | 3       |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....          | 4       |
| 2.1. Kopi.....                          | 4       |
| 2.2. Minuman Kopi Kekinian .....        | 5       |
| 2.3. Minat Beli .....                   | 6       |
| 2.4. <i>Brand Image</i> .....           | 7       |
| 2.5. <i>Life Style</i> .....            | 9       |
| 2.6. <i>Trend</i> .....                 | 10      |
| 2.7. Hipotesis .....                    | 11      |
| 2.8. Kajian Penelitian Terdahulu .....  | 12      |
| BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....    | 16      |
| 3.1. Kerangka Pemikiran.....            | 16      |
| 3.2. Waktu dan Tempat Penelitian .....  | 17      |
| 3.3. Metode Penelitian.....             | 18      |
| 3.4. Metode Penentuan Sampel.....       | 18      |
| 3.5. Metode Pengumpulan Data .....      | 19      |
| 3.6. Uji Kelayakan Instrumen .....      | 21      |
| 3.7. Metode Analisis Data .....         | 22      |
| 3.8. Uji Hipotesis .....                | 24      |

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 3.9. Batasan Istilah dan Konsep Pengukuran Variabel ..... | 26 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....                         | 28 |
| 4.1. Gambaran Umum Golden Brown Café.....                 | 28 |
| 4.2. Karakteristik Responden .....                        | 31 |
| 4.3. Analisis Deskriptif .....                            | 36 |
| 4.4. Uji Kelayakan Instrumen .....                        | 45 |
| 4.5. Uji Asumsi Klasik.....                               | 47 |
| 4.6. Uji Regresi Linier Berganda .....                    | 48 |
| 4.7. Uji Hipotesis .....                                  | 51 |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....                         | 56 |
| 5.1. Kesimpulan .....                                     | 56 |
| 5.2. Saran.....                                           | 56 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                      | 58 |
| LAMPIRAN.....                                             | 63 |
| RIWAYAT HIDUP.....                                        | 93 |

## DAFTAR TABEL

| Nomor                                                               | Halaman |
|---------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                    | 31      |
| 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....          | 32      |
| 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....              | 33      |
| 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....             | 34      |
| 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....              | 35      |
| 6. Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i> ..... | 37      |
| 7. Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap <i>Life Style</i> .....  | 40      |
| 8. Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap <i>Trend</i> .....       | 42      |
| 9. Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli.....          | 45      |
| 10. Hasil Uji Validitas.....                                        | 46      |
| 11. Hasil Uji Reliabilitas .....                                    | 49      |
| 12. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....                     | 51      |
| 13. Koefisien Determinasi.....                                      | 52      |
| 14. Hasil Uji F .....                                               | 52      |
| 15. Hasil Uji T.....                                                | 53      |

## DAFTAR ILUSTRASI

| Nomor                                 | Halaman |
|---------------------------------------|---------|
| 1. Kerangka Pemikiran Penelitian..... | 16      |
| 2. Struktur Golden Brown Café .....   | 30      |

## DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor                                      | Halaman |
|--------------------------------------------|---------|
| 1. Kuesioner .....                         | 63      |
| 2. Data Responden <i>Brand Image</i> ..... | 69      |
| 3. Data Responden <i>Life Style</i> .....  | 72      |
| 4. Data Responden <i>Trend</i> .....       | 75      |
| 5. Data Responden Minat Beli .....         | 78      |
| 6. Uji Validitas .....                     | 81      |
| 7. Uji Reliabilitas .....                  | 85      |
| 8. Uji Normalitas .....                    | 86      |
| 9. Uji Regresi Linier Berganda .....       | 87      |
| 10. Uji Heterokedastisitas .....           | 89      |
| 11. Uji Multikolinieritas .....            | 90      |
| 12. Dokumentasi .....                      | 91      |