

**PENGARUH STRATEGI KOLABORASI MEREK, HARGA DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
KOPI OATSIDE SERIES DI TOMORO COFFEE KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh

ANNISA LUTFIYAH DAMAYANTI



**PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**

**PENGARUH STRATEGI KOLABORASI MEREK, HARGA DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
KOPI OATSIDE SERIES DI TOMORO COFFEE KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh

ANNISA LUTFIYAH DAMAYANTI



**PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**

PENGARUH STRATEGI KOLABORASI MEREK, HARGA DAN GAYA
HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
KOPI OATSIDE SERIES DI TOMORO COFFEE KOTA SEMARANG

Oleh

ANNISA LUTFIYAH DAMAYANTI
NIM : 23020321120003

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S-1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Annisa Lutfiyah Damayanti
N I M : 23020321120003
Program Studi : S-1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi yang berjudul: **Pengaruh Strategi Kolaborasi Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kopi Oatside Series di Tomoro Coffee Kota Semarang** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini merupakan karya penulis sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari karya 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 : **Dr. Ir. Mukson, M.S.** dan **Dr. Migie Handayani, S.Pt., M.Si.**

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 S-1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Agustus 2025
Penulis,



Annisa Lutfiyah Damayanti

Mengetahui :

Pembimbing Utama

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'M' followed by a horizontal line.

Dr. Ir. Mukson, M.S.

Pembimbing Anggota

A handwritten signature in black ink, featuring a large, looped 'M' and a trailing flourish.

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PENGARUH STRATEGI KOLABORASI
MEREK, HARGA DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN KOPI OATSIDE
SERIES DI TOMORO COFFEE KOTA
SEMARANG

Nama Mahasiswa : ANNISA LUTFIYAH DAMAYANTI

Nomor Induk Mahasiswa : 23020321120003

Program Studi/Departemen : S1 AGRIBISNIS / PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal2.9.AUG..2025

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Mukson, M.S.

Pembimbing Anggota



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

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program

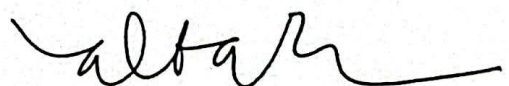


Ir. Joko Maryono, M.P., Ph.D.



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

Ketua Departemen Pertanian



Ahmad N. Al-Baarrii, S.Pt., M.P., Ph.D.

RINGKASAN

ANNISA LUTFIYAH DAMAYANTI. 23020321120003. 2025. Pengaruh Strategi Kolaborasi Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Kopi Oatside Series di Tomoro Coffee Kota Semarang. (Pembimbing: **MUKSON** dan **MIGIE HANDAYANI**).

Kopi Oatside Series merupakan produk kopi kombinasi inovasi produk yang dibuat sebagai kopi dengan campuran susu pengganti susu laktosa. Fokus kopi Oatside Series ini adalah berfokus pada merek Tomoro Coffee yang berkolaborasi dengan susu *plant-based* yaitu merek Oatside. Penelitian ini menganalisis proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dan menganalisis pengaruh kolaborasi merek, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk kopi Oatside Series di Tomoro Coffee Kota Semarang.

Metode Penelitian ini adalah survei. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan April – Juni 2025. Lokasi Penelitian dilakukan di kedai Tomoro Coffee Kota Semarang di 5 cabang, yaitu Tomoro Coffee Kedungmundu, Tomoro Coffee Tlogosari, Tomoro Coffee Anjasmoro, Tomoro Coffee Ngaliyan dan Tomoro Coffee Ngesrep. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling* yang dilakukan secara langsung ke lokasi penelitian kepada konsumen yang membeli kopi Oatside Series dan berusia minimal 17 tahun. Jumlah sampel responden menggunakan rumus Lemeshow yaitu sebanyak 100 responden. Data primer didapatkan dari wawancara melalui kuesioner *google form* dan data sekunder didapatkan dari studi literatur jurnal maupun buku. Uji instrumen dilakukan kepada 30 responden dengan uji validitas dan reliabilitas. Model regresi yang digunakan dilakukan uji normalitas dan uji asumsi klasik. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh yang mencakup uji koefisien determinasi, uji F, dan uji t.

Hasil penelitian didapatkan bahwa karakteristik konsumen terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, status pekerjaan dan pendapatan/uang saku perbulan. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian kopi Oatside Series dimulai dari tahap pengenalan masalah atau kebutuhan konsumen sebagai rutinitas untuk meningkatkan mood dan pengalaman baru dalam alternatif rasa, informasi yang didapatkan konsumen berasal dari sosial media dengan teman diperhatikan konsumen yaitu mengenai varian kopi menarik, konsumen memutuskan pembelian secara terencana datang ke kedai, dan pada tahap pasca pembelian produk konsumen merasa puas dan akan merekomendasikan ke orang lain. Hasil pengaruh kolaborasi merek, harga dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kopi Oatside Series di Tomoro Coffee. Variabel kolaborasi merek dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kopi Oatside Series di Tomoro Coffee Kota Semarang, sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kopi Oatside Series di Tomoro Coffee Kota Semarang.

KATA PENGANTAR

Pengambilan keputusan sebagai proses penting yang memengaruhi perilaku konsumen harus dipahami oleh pemasar. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dengan memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Keputusan pembelian didefinisikan sebagai tahap penilaian konsumen dalam menentukan pilihannya, dimana pilihan tersebut akan cenderung pada barang yang disukainya. Konsumen yang akan membuat suatu keputusan harus terdapat alternatif pilihan, jika tidak mempunyai alternatif pilihan maka tidak dapat dikategorikan sebagai pengambilan keputusan.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi Kolaborasi Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kopi Oatside Series di Tomoro Coffee Kota Semarang” tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Mukson, M.S., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan masukan untuk penyusunan skripsi kepada penulis;
2. Dr. Migie Handayani, S.Pt. M.Si., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan bimbingan kepada penulis;

3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro;
4. Ahmad Ni'matullah Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D. selaku Ketua Departemen Pertanian Fakultas Peternakan dan Pertanian;
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi S-1 Agribisnis;
6. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc. selaku Koordinator Laboratorium Manajemen yang telah banyak memberikan bimbingan kepada penulis;
7. Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D. selaku Dosen Wali yang telah banyak memberikan saran kepada penulis;
8. Seluruh Dosen dan Staff Administrasi Program Studi Agribisnis dan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah membantu penulis dalam proses belajar maupun pengurusan administrasi;
9. Bapak Ohim Madrohim dan Ibu Lilis selaku orang tua tercinta, Mang Ucen, Bi Yeyet, Adik Desi, Kirania, Akmal, Nizam serta seluruh keluarga besar yang selalu yang selalu memberikan doa, dukungan moral, semangat, serta kasih sayang yang tiada henti dalam setiap langkah yang penulis jalani;
10. Sahabat kecil saya Mega Safitiri yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis selama penyusunan skripsi;
11. Sahabat-sahabat terbaik selama masa perkuliahan, Kimia Genk (Anis, Bella, Hana, Shifa, Ratna, Mariska, Rangga dan Ikhsan) serta Red Velvet (Anis, Angel, Hesti Sekar) yang telah menemani dari awal perkuliahan sampai penyusunan skripsi, memberikan banyak dukungan dan semangat. Kehadiran

kalian tidak hanya menjadi teman berbagi cerita, tetapi juga sumber motivasi ketika penulis menghadapi kesulitan;

12. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Diponegoro, terkhusus kelas A yang turut membantu penulis;
13. Seseorang yang tidak bisa disebutkan, terima kasih sudah menjadi tempat cerita, keluh kesah serta memberikan semangat, doa dan dukungan kepada penulis selama penyusunan Skripsi;
14. Rekan-rekan kerja Organic Treasure (Mas Ahnaf, Mas Ridwan, Mas Farid, Mba Shinta, Mba Elza, Mba Esa, Natha, Firda, Mba Monica, Rengga, Fajar, Iqbal, Rival) yang banyak membantu melalui bantuan secara langsung maupun sekadar memberikan doa dan dorongan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik;
15. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam pengambilan data.

Penulis menyadari bahwa di dalam proses penyusunan skripsi ini memiliki kekurangan baik teknis penulisan maupun materi sehingga penulis mengharapkan kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun untuk perbaikan kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak baik bagi penulis, bagi perusahaan ataupun bagi para pembaca umumnya.

Semarang, Agustus 2025

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ILUSTRASI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Tujuan Penelitian.....	6
1. 3 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kopi (Coffea sp.).....	8
2.2 Perilaku Konsumen	9
2.3 Keputusan Pembelian.....	10
2.4 Strategi Kolaborasi Merek	13
2.5 Harga	14
2.6 Gaya Hidup	16
2.7 Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1. Kerangka Pemikiran.....	19
3.2. Hipotesis.....	21
3.3. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	21
3.4. Metode Penelitian.....	21
3.5. Metode Penentuan dan Pengambilan Sampel	22
3.6. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.7. Metode Analisis Data	25
3.8. Konsep dan Pengukuran Variabel	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Gambaran Umum Tomoro Coffee	34
4.2. Varian Kopi di Tomoro Coffee	36
4.3. Karakteristik Responden	38
4.4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	43
4.5. Uji Kelayakan Instrumen	55
4.6. Uji Normalitas	57
4.7. Uji Asumsi Klasik	57
4.8. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Outside Series di Tomoro Coffee Kota Semarang	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Simpulan.....	65
5.2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	71
RIWAYAT HIDUP	106

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	17
2. Pengukuran Variabel Strategi Kolaborasi Merek (X1)	32
3. Pengukuran Variabel Harga (X2)	32
4. Pengukuran Variabel Gaya Hidup (X2)	33
5. Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian (Y)	33
6. Distribusi Karakteristik Responden Tomoro Coffee Kota Semarang	39
7. Distribusi Responden pada Tahap Pengenalan Masalah	44
8. Distribusi Responden Pada Tahap Pencarian Informasi	46
9. Distribusi Responden pada Tahap Evaluasi Alternatif	49
10. Distribusi Responden pada Tahap Keputusan Pembelian	51
11. Distribusi Responden pada Tahap Perilaku Pasca Pembelian	54
12. Hasil Uji Validitas	56
13. Hasil Uji Reliabilitas	57
14. Hasil Uji Multikolinearitas	58
15. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	59

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	19
2. Logo Tomoro Coffee	35
3. Kedai Tomoro Coffee di Kota Semarang	36
4. Varian Kopi Outside Series Tomoro Coffee.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	71
2. Karakteristik Responden.....	80
3. Tabulasi Data	85
4. Uji Instrumen	97
5. Uji Normalitas dan Uji Asumsi Klasik.....	103
6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	104
7. Dokumentasi	105