

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, laporan skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH STRATEGI MARKETING 7P TERHADAP *ACTUAL PURCHASE BEHAVIOUR* YANG DIMEDIASI OLEH *PURCHASE INTENTION* KONSUMEN CAFÉ STARBUCKS DARI PERBEDAAN GENERASI Y DAN GENERASI Z” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Laporan skripsi ini disusun berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dari Januari 2022 hingga Juli 2022. Skripsi merupakan persyaratan terakhir bagi mahasiswa yang wajib ditempuh sesuai dengan kurikulum Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Pelita Harapan. Skripsi ini juga bermanfaat bagi penulis untuk menerapkan pengetahuan yang telah didapat dan memperoleh pengalaman baru yang tidak dapat diperoleh dari perkuliahan.

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

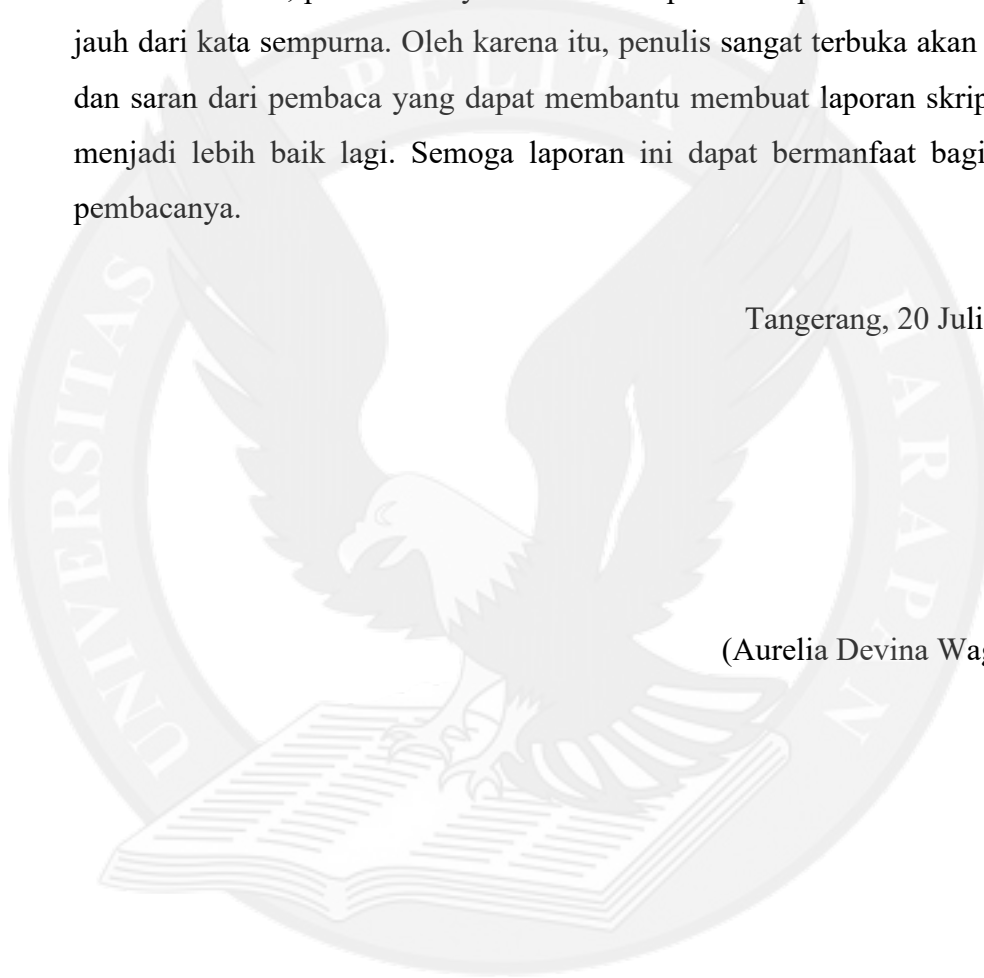
1. Bapak Eric Jobiliong, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Pelita Harapan Karawaci.
2. Ibu Dr. Nuri Arum Anugrahati, S.Si., M.P., selaku Wakil Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Pelita Harapan Karawaci.
3. Bapak Laurence, S.T., M.T., selaku Direktur Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Pelita Harapan Karawaci.
4. Ibu Priskila Christine Rahayu, S.Si., M.T., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Pelita Harapan Karawaci.
5. Bapak Rudy Vernando Silalahi, S.E., M.T., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penyusunan laporan skripsi.
6. Seluruh keluarga penulis yang telah mendukung secara moral dan materi.

7. Seluruh teman penulis yang telah membantu penulis dalam memberikan semangat dan saran yang berguna bagi penulisan laporan skripsi.
8. Seluruh responden yang meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner yang diberikan oleh penulis.
9. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam kelancaran penulisan laporan skripsi.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka akan kritik dan saran dari pembaca yang dapat membantu membuat laporan skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Tangerang, 20 Juli 2022

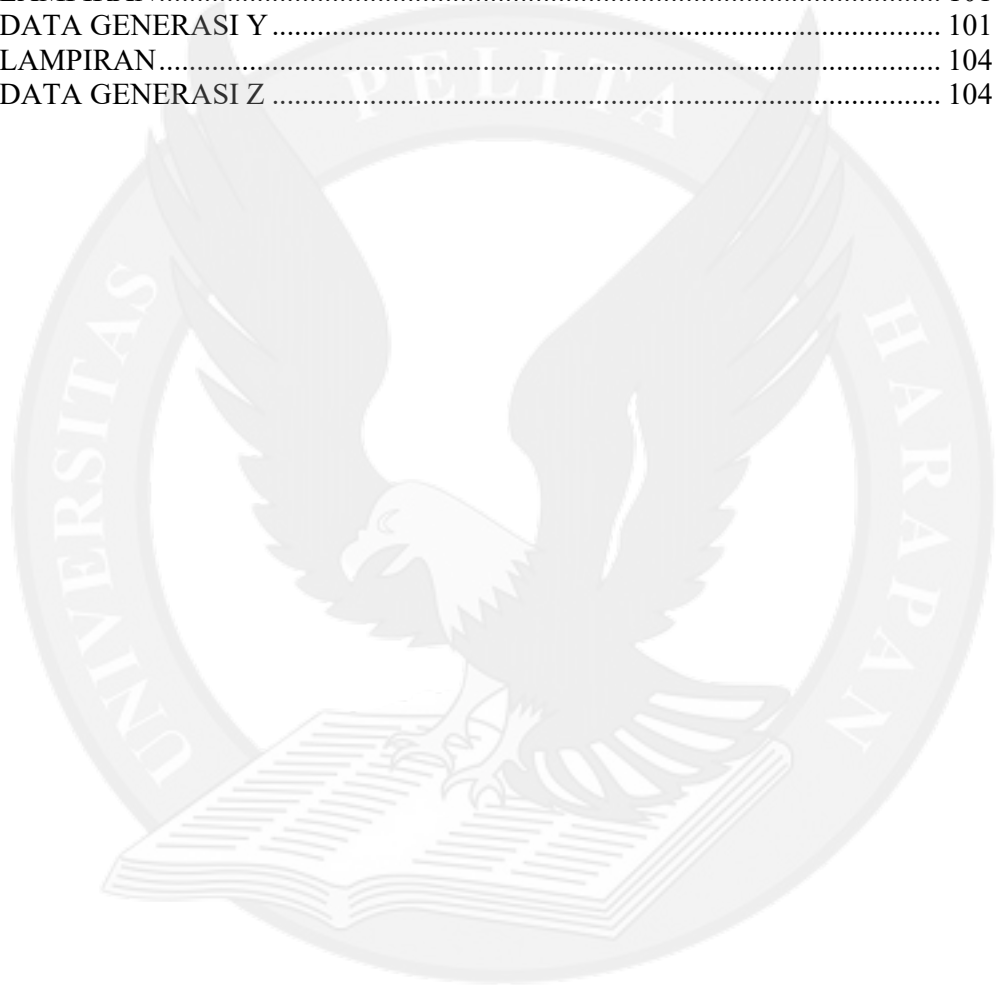
(Aurelia Devina Wagono)



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	
PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI	
ABSTRAK	VI
ABSTRACT	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang Masalah	14
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Pembatasan Masalah	17
1.5 Sistematika Penulisan	18
BAB II LANDASAN TEORI	19
2.1 Definisi Preferensi	19
2.2 Preferensi Konsumen	19
2.3 <i>Behavior</i> Generasi Y dan Generasi Z	20
2.4 <i>Marketing Mix (7P)</i>	21
2.5 <i>Purchase Intention</i>	23
2.6 <i>Actual Purchase Behaviour</i>	23
2.7 Pengaruh Terhadap Variabel	24
2.8 Hubungan Antar Konsep dan Hipotesis Penelitian	27
2.9 Populasi Penelitian	29
2.11 Uji Validitas	30
2.12 Uji Reliabilitas	30
2.13 Studi Literatur	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Penelitian Pendahuluan	33
3.2 Identifikasi Masalah	33
3.3 Penentuan Tujuan	34
3.4 Studi Pustaka	34
3.5 Pengumpulan, Pengolahan, dan Analisa Data	34
3.6 Kesimpulan dan Saran	43
3.7 Skema	44
BAB IV PENGUMPULAN, PENGOLAHAN, DAN ANALISIS DATA	45
4.1 Profil Perusahaan	45
4.2 Profil Responden	47
4.3 Kuisioner Penelitian	51

4.4	Statistik Deskriptif	55
4.5	Tahapan Pengukuran Indikator (Outer Model)	57
4.6	Tahapan Pengujian Hipotesis (Inner Model)	67
4.7	Model Fit PLS	79
4.8	Perbandingan Hasil Data Generasi Y dan Generasi Z	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		89
KUISIONER PENELITIAN		89
LAMPIRAN		101
DATA GENERASI Y		101
LAMPIRAN		104
DATA GENERASI Z		104



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Atribut Kuisiner Variabel Product	35
Tabel 3.2 Atribut Kuisiner Variabel Price.....	36
Tabel 3.3 Atribut Kuisiner Variabel Place	37
Tabel 3.4 Atribut Kuisiner Variabel Promotion	37
Tabel 3.5 Atribut Kuisiner Variabel People	38
Tabel 3.6 Atribut Kuisiner Variabel Process.....	38
Tabel 3.7 Atribut Kuisiner Variabel Physical Evidence.....	39
Tabel 3.8 Atribut Kuisiner Variabel Purchase Intention	40
Tabel 3.9 Atribut Kuisiner Variabel Actual Purchase Behaviour	41
Tabel 3.10 Skala Likert	42
Tabel 4.1 Kuisiner Penelitian	51
Tabel 4.2 Nilai Faktor <i>Loading</i> dan Hasil Uji Reliabilitas Konstruk Generasi Y	58
Tabel 4.3 <i>Former-Lackers Criterion</i> Hasil Uji Validitas Diskriminan Data Generasi Y.....	60
Tabel 4.4 Nilai <i>Cross Loading</i> Hasil Uji Validitas Diskriminan Data Generasi Y	61
Tabel 4.5 Nilai Faktor Loading dan Hasil Uji Reliabilitas Konstruk Generasi Z.....	63
Tabel 4.6 <i>Former-Lackers Criterion</i> Hasil Uji Validitas Diskriminan Data Generasi Y.....	66
Tabel 4.7 Nilai <i>Cross Loading</i> Hasil Uji Validitas Diskriminan Data Generasi Z.....	66
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Generasi Y	67
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Generasi Z.....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 3.1 Skema Penelitian	44
Gambar 4.1 <i>Logo Starbucks</i>	45
Gambar 4.2 <i>Pie Chart</i> Generasi Umur	47
Gambar 4.3 <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	47
Gambar 4.4 <i>Pie Chart</i> Domisili Tempat Tinggal	48
Gambar 4.5 <i>Pie Chart</i> Pekerjaan	48
Gambar 4.6 <i>Pie Chart</i> Teman Pergi	49
Gambar 4.7 <i>Pie Chart</i> Berapa Kali Pergi	49
Gambar 4.8 <i>Pie Chart Coffee Shop</i> Lain	50
Gambar 4.9 Statistik Deskriptif	55
Gambar 4.10 Model PLS Generasi Y	80
Gambar 4.11 Model PLS Generasi Z	81

