

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELAS SOSIAL TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA CAFÉ SUNSHINE KOTA BIMA**

M Sebrio, Ita Purnama, M.Pd., MM. Inov, Nur Khusnul Hamidah., SE, MM
Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima
Jl. Wolter Monginsidi Kompleks Tolobali, Kota Bima
Email: riomsebrio@gmail.com

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Café Sunshine Kota Bima. Jenis penelitian ini adalah Asosiatif untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara dua variable atau lebih, populasi yang dipake dalam penelitian ini dikota bima dengan jumlahnya tidak diketahui (unknow population) dimana sampel yang digunakan yaitu sebesar 55 dengan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data yaitu melalui observasi, kuesioner, studi pustaka dengan menggunakan teknik analisa data uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, determinasi dan korelasi uji t dan uji f. Hasil penellitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu 1.) pengaruh gaya hidup (X1) berpengaruh secara signifikan dengan nilai t-hitung sebesar $3.579 > t\text{-tabel}$ sebesar 2.007 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ 2.) pengaruh kelas sosial (X2) berpengaruh secara signifikan dengan nilai t-hitung sebesar 3.439 > t-tabel sebesar 2.007 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ 3.) gaya hidup dan kelas sosial berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung pada café sunshine kota bima dengan f-hitung sebesar $23.273 > f\text{-tabel}$ sebesar 3,18 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Persepsi berpengaruh secara simultan.

Kata kunci: Gaya Hidup, Kelas Sosial, Keputusan Berkunjung

Abstract – This research aims to determine lifestyle and social class on the decision to visit Café Sunshine, Bima City. This type of research is associative to determine the causal relationship between two or more variables. The population used in this research is in the city of Bima with an unknown population where the sample used is 55 with a purposive sampling technique. Data collection techniques are through observation, questionnaires, literature study using data analysis techniques, validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, determination and correlation, t test and f test. The results of research carried out by researchers are 1.) the influence of lifestyle (X1) has a significant effect with a t-count value of $3,579 > t\text{-table}$ of 2,007 with a significance value of $0.001 < 0.05$ 2.) the influence of social class (X2) has an influence significantly with a t-count value of $3,439 > t\text{-table}$ of 2,007 with a significance value of $0.001 < 0.05$ 3.) lifestyle and social class simultaneously influence the decision to visit the Sunshine Café in Bima City with an f-count of $23,273 > f\text{-table}$ of 3.18 with a significance of $0.000 < 0.05$, it is concluded that the third hypothesis states that "Lifestyle and Perceived Social Class have a simultaneous influence."

Keywords: Lifestyle, Social Class, Visiting Decisions

PENDAHULUAN

Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis saat ini terjadi dalam berbagai bidang, termasuk bisnis yang bergerak dalam bidang Food and Beverage (F&B). Kebutuhan akan makanan serta minuman menjadi sebuah kebutuhan dasar bagi manusia yang harus terpenuhi, oleh karena itu bisnis yang bergerak dalam bidang Food and Beverage (F&B) menjadi sebuah bisnis yang trend dikalangan masyarakat Indonesia. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk ikut terjun ke dalam bisnis ini dengan berlombalomba dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang mereka tawarkan sehingga membuat persaingan di dunia bisnis food and beverage menjadi semakin ketat. Bisnis yang bergerak dalam bidang Food and Beverage memiliki beberapa jenis, salah satunya yaitu Cafe. Cafe merupakan sebuah tempat yang identik akan meja-meja serta kursi yang tertata rapi dan juga sofa yang nyaman, menjual aneka varian kopi dan makanan kecil sebagai penunjang disertai alunan musik dan suasana nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen (Kurniawan 2016). Fenomena yang terjadi saat ini membuat para pelaku usaha mencium peluang dari bisnis yang menjanjikan ini. Fungsi dari cafe dan coffee shop sendiri pun mengalami pergeseran, yang dimana cafe dan coffee shop bukan hanya lagi sekedar tempat untuk ngopi serta refreshing, melainkan muncul trend yaitu melakukan kunjungan di cafe serta coffee shop menjadi sebuah bentuk proses pergaulan sosial. Trend dalam membangun bisnis cafe menjadi sebuah bisnis yang paling diminati

oleh para pelaku usaha. Syafrudin selaku Chairman Speciality Coffee of Indonesia (SCAI) yang dikutip oleh Zuhriyah (2019) memprediksi pertumbuhan dari bisnis coffee shop dan cafe yang berada di Indonesia diperkirakan 15-20%. Hal ini menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi para pebisnis cafe yang ada, di mana mereka dituntut untuk terus melakukan inovasi serta mengidentifikasi variabel-variabel yang dapat mempengaruhi perilaku dari konsumen serta keputusan dari konsumen dalam berkunjung ke cafe agar usahanya mampu bertahan di tengah sengitnya persaingan di industri coffee shop saat ini. Gaya hidup setiap konsumen dalam masyarakat sudah pasti berbeda-beda. Gaya hidup sangat mempengaruhi bagaimana seorang individu melakukan pengambilan keputusan. Konsumen biasanya lebih mengutamakan mengikuti gaya hidup dimana konsumen berpijak dengan melakukan penyesuaian pada kemampuan diri. Mohiuddin (2018) mengatakan bahwa gaya hidup menjadi sebuah faktor penting dalam mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan. Berkunjung, yang dimana akhirnya konsumen akan melakukan sebuah perilaku yaitu keputusan dalam pembelian. Menurut Sumarwan dkk (2013) Gaya hidup (Lifestyle) yaitu pola hidup yang dapat menentukan seseorang dalam memilih untuk menggunakan waktu, uang, dan energi serta merefleksikan nilai-nilai, rasa, dan kesukaan. Perilaku yang didasari atas kebiasaan yang dilakukan, yang menjadikan hal tersebut menjadi sebuah gaya hidup di lingkungan masyarakat. Sebagian masyarakat minum kopi merupakan

salah satu aktivitas yang dapat dapat dibarengi dengan kegiatan lainnya seperti tempat bersilaturahmi dengan kolega atau keluarga, tempat dalam melepas penat, maupun hanya sekedar tempat untuk bersantai bersama teman atau keluarga. Menurut Indrawati (2017) kelas sosial yaitu pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan memiliki anggota dengan nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial tidak hanya menampilkan dari sisi penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, dan tempat tinggal. Kelas sosial akan menentukan perbedaan dalam busana, cara bicara, preferensi rekreasi, dan banyak ciri-ciri lain. Setiap orang hidup dalam satu kelas sosial, kelas sosial secara tidak sadar membentuk dan mengarahkan pilihan dan prioritas seseorang, termasuk prioritas dalam pengambilan keputusan berkunjung. Oleh karena itu, tujuan sebagai pemenuhan kebutuhan orang dari kelas sosial yang satu akan berbeda dengan kelas sosial lainnya. Kelas sosial dibutuhkan untuk menganalisis perilaku konsumen dalam melakukan keputusan berkunjung dan pembelian berdasarkan keinginannya. Konsumen akan memilih produk berdasarkan kelas sosialnya. Karena semakin tinggi kelas sosial seseorang maka akan semakin tinggi pula selera dari produk yang akan dipilihnya. Maka 3 hal tersebut berguna bagi para pelaku usaha khususnya yang bergerak dalam bidang cafe dan coffee shop untuk menyediakan produk yang berkualitas serta di tunjang dengan kualitas tempat serta fasilitas yang diberikan agar konsumen yang memiliki gaya hidup serta dari kelas sosial dapat

melakukan keputusan pembelian di tempat tersebut. Keputusan berkunjung merupakan tindakan dari konsumen dalam usaha memenuhi kebutuhan serta keinginannya akan barang dan jasa. Keputusan pembelian yang didasari dari keputusan berkunjung yang dimaksud adalah keputusan pembelian pada cafe sunshine di kota bima. Cafe sunshine sendiri merupakan salah satu cafe yang berlokasi di kawasan pantai ule yang berada di kota bima. Tempat ini memberikan sesuatu yang berbeda dari wisata kuliner di bima pada umumnya, yang dimana cafe sunshine menyajikan atau menyediakan beragam menu modern yang dapat memanjakan lidah pengunjung. Selain itu sunshine cafe hadir dengan nuansa serta desain yang modern dan klasik yang dimana berbeda dengan cafe lainnya yang berada di kota bima, dengan lokasi cafe yang berada di tepi pantai tentu memberikan pengalaman menikmati keindahan cahaya sunset bagi pengunjungnya. Gaya hidup masyarakat saat ini yang cenderung selalu membagikan aktifitasnya melalui media sosial menjadikan tempat ini ramai di kunjungi karena memiliki design tempat yang berbeda pada cafe umumnya yang berada di kota bima, selain itu harga yang ditawarkan pada cafe ini tergolong pricy atau mahal, sehingga mengakibatkan hanya kalangan tertentu yang mengunjungi tempat ini. Sedangkan kalangan sosial menengah kebawah hanya mengunjungi tempat ini untuk sekedar menikmati suasana bukan menikmati menu yang disediakan pada cafe ini. Kemudian gaya hidup yang tidak mau kalah dengan orang lain (Fomo) menjadi salah satu pendorong konsumen dalam melakukan

kunjungan pada cafe sunshine Fenomena dari gaya hidup serta kelas sosial ini yang telah dipaparkan diatas menjadi sesuatu yang sangat menarik untuk diteliti, mengingat bagaimana pengaruh dari gaya hidup serta kelas sosial dapat berdampak pada keputusan berkunjung konsumen. Dari beberapa fenomena yang telah

diuraikan sebelumnya oleh peneliti, maka peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana pengaruh dari Gaya Hidup dan Kelas Sosial terhadap Keputusan Berkunjung pada Cafe Sunshine Kota Bima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Instrument Penelitian

Nama Variabel	Item	Nilai Validity	Standar Validity	Keterangan
GAYA HIDUP (X1)	1	0.745	0,300	Valid
	2	0.628	0,300	Valid
	3	0.647	0,300	Valid
	4	0.693	0,300	Valid
	5	0.651	0,300	Valid
	6	0.596	0,300	Valid
KELAS SOSIAL (X2)	1	0.589	0,300	Valid
	2	0.730	0,300	Valid
	3	0.692	0,300	Valid
	4	0.643	0,300	Valid
	5	0.631	0,300	Valid
	6	0.718	0,300	Valid
KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Y)	1	0.727	0,300	Valid
	2	0.639	0,300	Valid
	3	0.638	0,300	Valid
	4	0.697	0,300	Valid
	5	0.668	0,300	Valid
	6	0.694	0,300	Valid
	7	0.787	0,300	Valid
	8	0.628	0,300	Valid
	9	0.596	0,300	Valid
	10	0.675	0,300	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 1 diatas menunjukkan hasil dari pengujian tingkat validitas terhadap setiap butir pernyataan yang terdapat pada instrumen penelitian, sehingga diketahui bahwa pernyataan yang diajukan dalam penelitian pada variabel Gaya hidup,kelas sosial dan

Keputusan Berkunjung menunjukan semua item valid karena berada diatas standar validitas yaitu $\geq 0,300$.

Reliabilitas

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas Instrument
Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Gaya hidup	6	0,738	0,600	Reliabel
Kelas sosial	6	0,751	0,600	Reliabel
Keputusan berkunjung	10	0,865	0,600	Reliabel

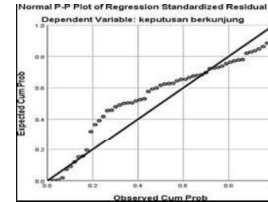
Sumber :Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2 diatas, hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan item pernyataan pada, variabel Gaya hidup (X1), Kelas sosial (X2) dan Keputusan berkunjung (y) dengan nilai *cronbach's alpha* sudah mencapai atau lebih dari standar yang ditetapkan yaitu 0,600 artinya semua item pernyataan dari kuisioner dinyatakan reliabel atau akurat untuk digunakan dalam perhitungan penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Gambar 1
Uji Normalitas



Gambar diatas menunjukkan bahwa grafik *Normal P-P of Regression Standardized Residual* menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Untuk menegaskan hasil uji normalitas di atas, maka peneliti melakukan uji kolmogorov-smirnov dengan hasil sebagai berikut

Tabel 3.
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,88693784
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,066
	Negative	-,055
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data primer diolah Spss v26, 2024

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorof-Smirnov* di atas, terlihat nilai *Asymp.Sig* memiliki nilai > 0.05 . Hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal dan model regresi tersebut

layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen yaitu Keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independen Gaya hidup dan Kelas sosial Maka data penelitian layak digunakan sebagai penelitian.

Tabel 4.
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Gaya Hidup	,975	1,025
	Kelas Sosial	,975	1,026
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung			

Sumber : Data primer diolah Spss v26, 2024

Berdasarkan nilai *Collinearity Statistic* dari output di atas, di peroleh nilai *Tolerance* untuk variable Gaya hidup (X1) $0.975 > 0,10$, Kelas sosial (X2) $0,975 > 0,10$ sementara, nilai VIF untuk variable Gaya hidup (X1) $1,026 < 10,00$, Kelas sosial (X2) $1,026 < 10,00$, , maka dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot yang ditampilkan uji

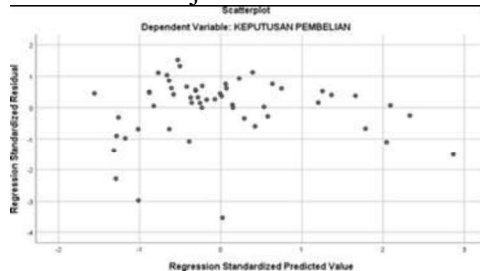
Hasil Uji Autokorelasi

heterokedastisitas menampilkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel Keputusan berkunjung (Y).

Uji Heterokedastisitas

Model Summary ^b	
Model	Durbin-Watson
1	
a. Predictors: (Constant) Gaya Hidup, Kelas Sosial	
b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung	

Gambar 2
Uji Heterokedastisitas



Hasil uji autokolerasi diatas menunjukkan nilai statistik Durbin Watson sebesar 1,906 dengan nilai DU sebesar maka $DU < DW < 4 - DU$, sehingga $1,640 < 1,906 < 2,350$ maka disimpulkan bahwa tidak terjadi kendala autokolerasi.

Tabel 5.
Hasil Uji Autokorelasi
 Sumber : Data primer diolah Spss
 v26, 2024

Regresi Linear Berganda

Tabel 6.
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	68.809	4,069	
	Gaya Hidup	,345	,097	,409
	Kelas Sosial	,313	,091	,393

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : Data primer diolah Spss v26, 2024

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 68.809 + 0.345 X_1 + 0.313 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 68.809 pat diartikan apabila variable gaya hidup dan kelas sosial dianggap nol, maka

Keputusan berkunjung akan sebesar 68.809.

Nilai koeisien beta pada Gaya hidup sebesar 0.345 artinya setiap perubahan variabel Gaya hidup (X_1) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan Keputusan berkunjung sebesar 0.345 satuan, dengan asumsi variabel yang lain adalah tetap.

Nilai koefisien beta pada variabel Kelas sosial sebesar 0.313 artinya setiap perubahan variabel Kelas sosial (X_2) sebesar satu satuan, maka akan

mengakibatkan perubahan Keputusan berkunjung sebesar 0,313 satuan, dengan asumsi variabel yang lain adalah tetap.

Koefisien Kolerasi dan Uji Determinasi Koefisien Korelasi

Tabel 7.
Hasil Uji Koefisien Kolerasi dan

Berdasarkan tabel 7 diatas, nilai *R* adalah sebesar 0,691. Hasil tersebut menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara Gaya hidup dan kelas sosial terhadap Keputusan berkunjung. Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan itu maka dapat digunakan pedoman seperti pada tabel berikut :

Tabel 8.
Pembandingan Tingkat Hubungan Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2016

Jadi korelasi hubungan antara Gaya hidup dan kelas sosial terhadap Keputusan berkunjung. sebesar 0,691 pada interval 0,60 — 0,799 dengan tingkat hubungan sedang.

Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,691 ^a	,478	,458	4.964
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Kelas Sosial				
b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung				

Sumber : Data primer diolah Spss v26, 2024

Uji Determinasi

Berdasarkan tabel 7 diatas, menunjukkan terdapat pengaruh antara Gaya hidup dan kelas sosial terhadap Keputusan berkunjung. yang besarnya pengaruh ini dapat dinyatakan secara kuantitatif dengan pengujian koefisien determinasi diperoleh nilai Koefisien Determinasi (*R Square*) sebesar 0,478 atau 47,8%, sedangkan sisanya 53,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti Keragaman produk, Promosi dan variabel-variabel lainnya

Hasil Uji t

Tabel 9.
Hasil Uji t

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	16.910	,000
	Gaya Hidup	3.579	,001
	Kelas Sosial	3.439	,001
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung			

Sumber : Data primer diolah Spss v26, 2024

H1 : Gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung pada cafe sunshine kota bima

Hasil statistik uji t untuk variabel Gaya hidup diperoleh nilai t-hitung sebesar 3.579 dengan nilai t-tabel sebesar 2.007 ($3.579 > 2.007$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), sehingga **H1** yang menyatakan “Gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung pada cafe sunshine kota bima” diterima (**H1 Diterima**). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ivana Chaterina (2019) yang menyatakan yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan gaya hidup terhadap keputusan berkunjung pada konsumen e’chick

H2 : Kelas sosial berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan berkunjung Pada cafe sunshine kota bima.

Hasil Uji F

Hasil statistik uji t untuk variabel kelas sosial diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,439 dengan nilai t-tabel sebesar 2,007 ($3,439 > 2,007$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), sehingga hipotesis kedua yang menyatakan “Kelas sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung pada cafe sunshine kota bima” diterima (**H2 Diterima**). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari Wuryanti, Yeni Zahara (2019) yang menyatakan yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kelas sosial terhadap keputusan berkunjung pada Konsumen di *Coffeshop* Kedai Kopi Pacar Hitam Lampung.

Tabel 10.
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regr essio n	429,192	2	214,596	23, 27 3	,00 0 ^b
	Resi dual	479,483	52	9,221		
	Tota l	908,675	54			
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung						
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Kelas Sosial						

Sumber : Data primer diolah Spss v26, 2024

H3 : Gaya hidup dan kelas sosial berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada cafe sunshine kota bima.

Berdasarkan tabel 10 diatas, hasil pengujian diperoleh nilai F-hitung sebesar 23.273 dengan nilai F-tabel sebesar 3,18 ($23.273 > 3,18$) dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga hipotesis keempat yang menyatakan “Gaya hidup dan kelas sosial Berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung Pada cafe sunshine kota bima” diterima (**H3 Diterima**). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tia Faulina Febsri Susanti (2023) yang menyatakan yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan gaya hidup dan kelas sosial terhadap keputusan berkunjung pada smartphone merek samsung di bintang ponsel padang.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisa yang telah dilakukan, maka peneliti menarik Kesimpulan/ Gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung pada cafe sunshine kota bima. Kelas sosial berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan berkunjung Pada cafe sunshine kota bima. Gaya hidup dan kelas sosial berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada cafe sunshine kota bima.

Saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini adalah.

Dengan meningkatkan Gaya hidup dan Kelas sosial diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian, selain itu Cafe sunshine Kota Bima dapat melihat perkembangan teknologi, dan mengikuti gaya hidup yang sedang trend juga dapat mengambil peluang dari pesaing dimana sudah terlihat gaya hidup di kota bima. Penulis juga menyarankan penelitian lanjutan mempertimbangkan variabel lain ataupun objek penelitian lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti harga, keragaman produk dan lain-lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan kasih dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penulisan penelitian ini ditujukan untuk memenuhi tugas akhir sebagai mahasiswa. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Ita Purnama, M.Pd., MM. Inov dan Ibu yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga penelitian yang dilakukan ini dapat selesai dengan baik. Penulis berharap dengan adanya penulisan ini dapat bermanfaat nyata dan meningkatkan wawasan baru mengenai topik ini.

DAFTAR PUSTAKA

(Triadi, Rahayu, and Kusnanto 2021)Faulina, Tia, and Febsri Susanti. 2023. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Smartphone Merek Samsung Di Bhintang Ponsel Padang.” *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah*

- Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 3(1):560–77.
- Triadi, Salsabila, Yustiani Rahayu, and Danang Kusnanto. 2021. “Pengaruh aya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Handphone.” *Jurnal Manajemen* 13(2):257–63.
- (Faulina and Susanti 2023)Faulina, Tia, and Febsri Susanti. 2023. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Smartphone Merek Samsung Di Bhintang Ponsel Padang.” *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 3(1):560–77.
- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Aswaja Pressindo.
- Agustina, E. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Phy Shop, Di Desa Bae Bendo, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Budiningsih, Asri. Belajar dan Pembelajaran. Rineka Cipta: Jakarta. 2009. Ferawati (2018). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung sepeda motor yamaha PADA MASYARAKAT DESA TARASU KEC. KAJUARA KAB. BONE*
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro.
- Indrawati dkk , 2017, *Perilaku Konsumen Individu*, Refika Aditama.
- Khair, H. (2016). Dampak Atribut Toko terhadap Keputusan Berkunjung pada Indomaret Dept Store di Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 78–95
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsipPemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1 Kurniawan, A. , & S. S. S. (2016). *Penerapan Personal Hygiene Pada Karyawan Food And Beverage Service Hotel Aryaduta Pekanbaru*. Doctoral Dissertation, Riau University.

- Laksono dan Iskandar (2018). Pengaruh gaya hidup, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung pada toko online shopee. Diss. Prodi Manajemen, 2020.
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan berkunjung Helm Kbc. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 145-154.
- Mohiuddin, Z.A. 2019. Effect of Lifestyle on Consumer Decision Making: A Study of Women Consumer of Pakistan. *Journal of Accounting, Business and Finance Research*, 2 (1), pp. 2-15.
- Pratiwi, M. I., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Gaya hidup, harga dan influencer terhadap keputusan berkunjung di rumah makan se'i sapiku Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1417-1427.
- Puranda, N. R., & Madiawati, P. N. (2017). Pengaruh perilaku konsumen dan gaya hidup terhadap proses keputusan berkunjung produk kosmetik Wardah. *Bisnis Dan Iptek*, 10(1), 25–36.
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2015). *Perilaku Konsumen: edisi revisi*. Kencana.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujana, 2020. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Coffee Shop Starbucks Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan* Vol. 1 No. 1
- Sumarga, H. E., & Lestari, S. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Konsumen Smartphone Advan Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang. *Dynamic Management Journal*, 3(2).