Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Minat Generasi Milenial Berkumpul di Kafe Kota Pekanbaru

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Nama : Feren Dwi Shelty

Nomor Mahasiswa : 18313261

Program Studi : Ilmu Ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembanguna FBE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 14 Februari 2024

Penulis,



Feren Dwi Shelty

PENGESAHAN

Analisis Perilaku Minat Generasi Milenial Berkumpul Terhadap Kafe di Kota Pekanbaru

Nama : Feren Dwi Shelty

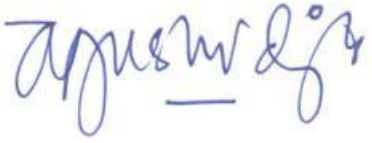
Nomor Mahasiswa : 18313261

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 14 Januari 2022

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Drs. Agus Widarjono, M.A., Ph.D

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS PERILAKU MINAT GENERASI MILENIAL BERKUMPUL TERHADAP KAFE DI KOTA PEKANBARU

Disusun Oleh : **FEREN DWI SHELTY**

Nomor Mahasiswa : **18313261**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: **Rabu, 09 Maret 2022**

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Agus Widarjono,Drs.,M.A., Ph.D.

Penguji : Aminuddin Anwar,,S.E., M.Sc.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia serta hidayah-Nya kepada peniliti. Shalawat dan salam tidak lupa peneliti curahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Alhamdulillah peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Minat Generasi Milenial Berkumpul di kafe Kota Pekanbaru"** dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun dan diajukan guna memenuhi salah satu syarat Program Sarjana (S1) prodi ekonomi pembangunan di Fakultas Bisnis Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Selama proses penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapat dukungan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tersayang dan tercinta, papa Maisel dan mama Rokhayati yang selalu mendoakan, memberi nasehat dan support kepada peneliti.
2. Kepada Saudara kandung tersayang, Kakak Indah Putri Maisel, Adek Kevin Maisel dan Adek Maikel Putra Maisel terima kasih telah menghibur, memberikan semangat dan memberikan dukungan kepada peneliti.
3. Bapak Agus Widarjono, SE., MA.,Ph.D selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar dan memberikan bantuan, ilmu dalam membimbing peneliti selama proses penyusunan skripsi.
4. Sahabat seperjuangan yang peneliti sayangi, Fira Puspa Sari, Andika Ramadhani, Adinda Setya W, Egalita Amanda, terima kasih selalu ada untuk peneliti, terimakasih selalu menemani dan menjadi pendengar yang baik serta selalu menghibur dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam penulisan skripsi.
5. Sahabat yang saya cintai, Nada Fairuzia Soadi, Disa Vania, Naya Elthaf, Kakak Tengku Annisa Nofitruandi, Abang Randy terima kasih selalu menjadi pendengar yang baik serta memberikan dukungan peneliti dalam penulisan skripsi.

6. Teman-teman peneliti, Ayuditha Fikrillah dan mba Lia Tresnawati terima kasih telah meluangkan waktu dan menemani serta memberikan dukungan dalam penulisan skripsi
7. Terimakasih untuk BTS. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook yang selalu memberikan hiburan di saat peneliti lelah, serta menjadi motivasi saat peneliti mengerjakan.
8. Teman-teman Ekonomi Pembangunan FBE UII Angkatan 2018 dan semua pihak yang turut membantu peneliti dalam segala hal yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
9. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Bisnis Ekonomika UII
10. Seluruh dosen dan staff pengajar Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis Ekonomika UII, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dan semoga semua pihak yang sudah membantu selalu diberikan kesehatan, kelancaran rezeki, dan dalam lindungan Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan bisa digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, 10 Februaru 2022

Peneliti,



Feren Dwi Shelty

DAFTAR ISI

PENGESAHAN 3

KATA PENGANTAR 5

ABSTRAK 9

BAB I 10

PENDAHULUAN 10

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH 10
1.2 RUMUSAN MASALAH PENELITIAN 14
1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN 14
1.4 SISTEMATIKA PENULISAN 15

BAB II 16

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI 16

2.1 KAJIAN PUSTAKA 17
2.2 LANDASAN TEORI 18
2.2.1. Perilaku Konsumen dalam perpektif manajemen 18
2.2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen 18
2.2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 19
2.2.2. Teori Perilaku Konsumen dalam perspektif teori ekonomi 21
2.2.3 Teori Tenaga Kerja 24
2.2.4 Pasar Tenaga Kerja 27
2.2.5 Generasi Milenial 27
2.3 KERANGKA PIKIR 28
2.4 HIPOTESIS PENELITIAN 29

BAB III 30

METODE PENELITIAN 30

3.1 JENIS PENELITIAN 30
3.2 TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN 30
3.3 JENIS DATA 30
3.4 METODE PENGUMPULAN DATA 31
3.5 POPULASI DAN SAMPEL 31
3.6 UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS 32
3.6.1 Uji Validitas 32
3.6.2 Uji Reliabilitas 33
3.7 TEKNIK ANALISIS DATA 33
3.7.1 Deskriptif Penelitian 33
3.7.2 Uji Normalitas 33
3.7.3 Metode Analisis Faktor 34
3.7.3.1 Uji Determinant Of Correlation Matrix 35
3.7.3.2 Uji Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling (KMO) 35
3.7.3.3 Uji Barlett Test of Spehricity 35
3.7.3.4 Uji Measure Of Sampling Adequacy (MSA) 36
3.7.3.5 Uji Communalities 36

3.7.4 Tahapan Analisis 36
BAB IV 40
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN 40
4.1 DESKRIPSI DATA KAFE DI KOTA PEKANBARU 40
4.2 DESKRIPSI DATA RESPONDEN PENELITIAN 42
4.2.1 Responden menurut jenis kelamin 43
4.2.2 Responden berdasarkan tahun kelahiran 43
4.2.3 Responden berdsarkan jenis pekerjaan 44
4.2.4 Responden berdasarkan tingkat pendapatan 45
4.2.5 Responden berdasarkan kuantitas melakukan kegiatan berkumpul dalam per minggu 46
4.2.6 Responden berdasarkan biaya yang digunakan per minggu saat kegiatan berkumpul .. 47
4.2.7 Responden berdasarkan seberapa lama waktu yang digunakan untuk kegiatan berkumpul 48
4.3 UJI NORMALITAS, VALIDITAS DAN RELIABILITAS 49
4.3.1. Uji Normalitas 49
4.3.2. Uji Validitas 50
4.3.3. Uji Reliabilitas 51
4.4 ANALISA FAKTOR 52
4.4.1 Keyser Meyer Olkin (KMO) 52
4.4.2 Uji MSA (Measure of Sampling Adequancy) 53
4.4.3 Principal Component Analysis (PCA) 54
4.4.4 Total Variance Explained 57
4.4.5 Faktor Loading 58
4.4.6 Rotated Component Matrix 59
4.4.7 Component Transformation Matrix 62
4.4.8 Interpretasi Faktor 63
4.5 PEMBAHASAN 64
BAB V 67
KESIMPULAN DAN SARAN 67
5.1 KESIMPULAN 68
5.2 IMPLIKASI 68
DAFTAR PUSTAKA 69

ABSTRAK

Perkembangan zaman saat ini, internet merupakan salah satu hal penting di dalam kehidupan keseharian mengingat informasi yang tidak terbatas dapat diperoleh melalui akses dengan internet, terutama bagi generasi milenial. Adanya kemajuan dalam teknologi informasi membawa pengaruh yang positif bagi masyarakat seperti mudahnya pertukaran informasi ke masyarakat sampai informasi dari suatu negara ke negara lain menjadi lebih efektif dan efisien. Hidup berdampingan dengan teknologi yang berkembang pesat setiap harinya membuat pergeseran budaya dalam gaya hidup pada generasi milenial. Kegiatan berkumpul merupakan salah satu gaya hidup pada generasi milenial. Kegiatan berkumpul sudah masuk di Indonesia, ini ditandai dengan semakin banyaknya yang mendirikan kafe di berbagai sudut kota di Indonesia termasuk di Kota Pekanbaru. Dengan gaya hidup yang baru masuk yaitu kegiatan berkumpul, maka hal ini dapat menjadi kesempatan bagi pengusaha dan orang lain untuk bekerja. Peneliti menggunakan metode kualitatif diskriptif dengan teknik pengumpulan yang dipakai adalah Nonprobability sampling. Teknik penarikan sampel yang digunakan melalui cara judgement sampling. Dalam penelitian ini, generasi milenial lebih minat pada tempat berkumpul yang mempunyai fasilitas yang menyediakan berbagai fasilitas seperti live streaming serta interior yang unik dan bagus.

Kata kunci: generasi milenial, gaya hidup, teknologi digital, kafe, wifi, lifestyle, berkumpul.

BAB I
PENDAHULUAN

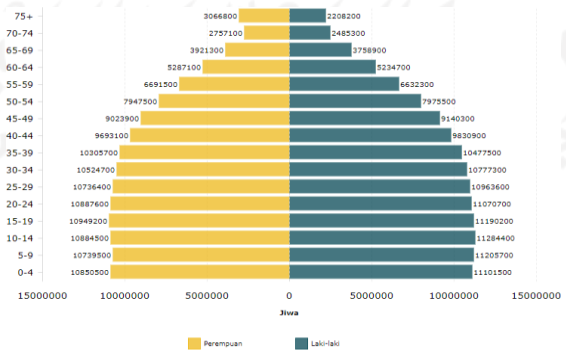
1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan gaya hidup yang ada di masyarakat selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan zaman. Di Indonesia dengan adanya arus globalisasi yang begitu cepat menimbulkan perubahan dalam aspek kehidupan seperti gaya hidup, fashion, dan informasi. Berbagai gaya hidup yang mengikuti perkembangan zaman menyebabkan masyarakat menjadi mudah terpengaruh terhadap hal-hal baru. Generasi milenial yang sebagaimana diketahui mempunyai berbagai kegiatan positif sampai dapat dijadikan inspirasi bagi generasi selanjutnya. (Nurhaidah:2015)

Dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, Indonesia kini memasuki era globalisasi dengan kemudahan akses informasi di berbagai belahan dunia. Indonesia sendiri adalah salah satu negara yang memiliki perubahan yang begitu banyak kemajuan dikarenakan teknologi dari hari ke hari yang semakin pesat. Adanya kemajuan dalam teknologi informasi membawa pengaruh yang positif bagi masyarakat seperti mudahnya pertukaran informasi ke masyarakat sampai informasi dari suatu negara ke negara lain menjadi lebih efektif dan efisien.

Gambar 1.1

Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Kelompok Umur Pada Tahun 2020



Sumber: www.bappenas.go.id

Penduduk Indonesia pada tahun 2020 berada pada 269,6 juta jiwa berdasarkan

proyeksi Badan Perencanaan Pembangunan Nasioanl (Bappenas). Jumlah penduduk Indonesia yang tercatat sebagai generasi milenial yaitu sebesar 25,87% dengan jumlah 135,34 juta jiwa laki-laki dan jumlah 134,27 jiwa perempuan. Generasi milenial bukanlah urutan pertama untuk jumlah paling banyak tetapi merupakan urutan kedua jumlah terbanyak setelah generasi Z yang berjumlah 27,94%.

Bentuk budaya merupakan perubahan kehidupan sosial yang bergerak dengan cepat. Perubahan ini membedakan tiap individu dalam menghargai dan memanfaatkan sumber daya ekonomi. Gaya hidup diyakini didasarkan pada organisasi sosial konsumsi, karena kondisi ini dimaksudkan untuk kesenangan. Pada akhirnya, ini adalah dasar dari perkembangan konsumerisme. Konsumerisme merupakan senter dari kelanjutan sosial modernitas. Hedonisme konsumerisme modern merupakan hubungan yang saling bergantung dan memiliki nilai yang baru di dalam pasar. (Chaney, 1996).

Dapat disimpulkan bahwa perilaku seseorang dalam mengonsumsi bisa berubah dan berkembang dari waktu ke waktu. Perilaku seseorang dalam mengonsumsi inilah yang membuat perubahan dan pergerakan tersebut terjadi. Perilaku seseorang dalam mengonsumsi dapat dilihat dari bagaimana perilakunya ketika membeli atau mengonsumsi barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya. Ketika seseorang mengonsumsi barang atau jasa berdasarkan keinginan, maka hal ini disebut dengan perilaku konsumtif. Hal tersebut terjadi dikarenakan perkembangan teknologi telah mencapai masa puncak dimana kehidupan bisa berubah. Perilaku konsumen mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam komunikasi dan sosial terhadap kehidupan generasi milenial.

Tabel 1.1

Jumlah Penduduk Provinsi Riau (Jiwa) tahun 2020

Kabupaten	**Laki-laki**	**Perempuan**	**L+P**
Bengkalis	290.118	275.451	565.569
Indragiri Hilir	339.599	315.310	654.909
Indragiri Hulu	228.502	216.046	444.548
Kampar	431.295	410.037	841.332

Kep. Meranti	106.502	99.614	206.116
Kota Dumai	162.769	154.013	316.782
Kota Pekanbaru	495.117	488.239	983.356
Kuantan Singingi	170.406	164.537	334.943
Pelalawan	201.685	188.361	390.046
Rokan Hilir	327.243	309.918	637.161
Rokan Hulu	286.928	274.457	561.385
Siak	236.494	221.446	457.940
RIAU	**3.276.658**	**3.117.429**	**6.394.087**

Sumber : BPS Riau

Menurut data BPS yang dikeluarkan pada tahun 2020 Jumlah Penduduk di Riau berjumlah 6,39 juta jiwa dan jumlah penduduk di kota Pekanbaru mencapai 983,356 jiwa. Dari data jumlah milenial di Riau pada tahun 2020 diperkirakan mencapai 27,24%. Untuk generasi milenial di Kota Pekanbaru berjumlah 27,17%. Di Kota Pekanbaru, generasi milenial merupakan generasi paling banyak secara produktif. Dari banyaknya jumlah penduduk di Provinsi Riau juga menjadi salah satu faktor banyaknya cara hidup penduduknya yang bisa diperhatikan dari gaya hidup, sikap, wawasan dan pola reaksi terhadap hidup, terutama perlengkapan untuk hidup. Gaya hidup ialah pola hidup yamg dijalankan dalam kegiatan beraktivitas, berpendapat dan minat.

Peneliti menjadikan gaya hidup sebagai dasar untuk beraktivitas, berpendapat dan minat sebagai aspek yang diteliti. Hal ini menggambarkan citra diri dari status sosial individu yang berkaitan langsung dengan gaya hidup. (Kotler, 2008). Gaya hidup mendeskripsikan "keutuhan diri seseorang" ketika berinteraksi. Pada umumnya, gaya hidup dapat ditentukan oleh bagaimana seseorang menikmati waktu mereka, apa yang dipikirkan tentang lingkungan, diri sendiri dan dunia di sekitar. Sementara itu, menurut Minor dan Mowen gaya hidup di deskripsikan sebagai memperlihatkan dengan cara apa orang hidup, menghabiskan uangnya, dan membagi waktunya. Bersumber pada pendapat di atas bisa disimpulkan bahwa gaya hidup ialah pola hidup yang ditunjukkan saat beraktivitas, berpendapat,

minatnya dalam menghabiskan uangnya. (Pamungkas, 2018)

Gaya hidup yang royal atau konsumtif pada masyarakat kota dapat ditemui di beberapa tempat seperti plaza, tempat rekreasi, dan tempat berkumpul yakni kafe ataupun restoran. (Hidayat, 2012). Kafe merupakan salah satu tempat gaya hidup yang dapat ditemui dari generasi milenial di perkotaan. Kafe adalah tempat minum, relaksasi dan bersosialisasi, dimana pengunjung dapat memesan minuman seperti kopi, teh, bir dan kue. Kafe dapat diartikan juga sebagai salah satu karakter gaya hidup dari generasi milenial masa ini. Kafe merupakan tempat bersantai bagi kehidupan generasi milenial di perkotaan. Saat dulu, berkunjung ke kafe melambangkan kegiatan yang bernilai negatif. Sebaliknya saat ini, masyarakat tidak lagi menganggap berkunjung ke kafe itu negatif tetapi hal yang biasa dilakukan sebagai gaya hidup. Biasanya kegiatan berkumpul ini dapat dilakukan bersama teman-teman dalam waktu yang lama. Secangkir kopi yang mengalir menciptakan kafe sebagai keinginan gaya hidup yang mampu didapatkan, diisi kembali atau ditingkatkan. (Tucker, 2011)

Masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial adalah sekelompok individu yang dengan cepat memilah dan memilih tren yang berkembang saat ini dan berkumpul di kafe merupakan salah satu tren yang digandrungi oleh generasi milenial pada saat ini. Kegiatan berkumpul yang dilakukan oleh generasi milenial di Kafe atau tempat-tempat yang sedang trend ini sudah menjadi sutau keharusan yang mereka lakukan dalam mengikuti gaya hidup yang dianggap menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari mereka.

Kafe hampir tersebar di setiap sudut kota di Indonesia, termasuk di kota Pekanbaru. Pekanbaru mempunyai masyarakat yang memiliki tingkat gaya hidup konsumtif relatif tinggi terhadap kafe. Hal ini dapat dipastikan melalui banyaknya pembangunan kafe yang ada di Kota Pekanbaru. Separuh besar generasi milenial yang berada di Kota Pekanbaru banyak menikmati waktu luangnya berada di kafe. Pekanbaru mempunyai kafe dengan konsep dan tema yang unik. Kafe dengan konsep dan tema yang unik inilah menjadi tempat generasi milenial dalam melakukan kegiatan berkumpul seperti berbincang, berpotret, serta memvideokan segala aktivitas berkumpul. Momen saat berkumpul tersebut lalu dibagikan ke

sosial media. Kegiatan berkumpul ini didorong oleh banyaknya pertumbuhan kafe di Kota Pekanbaru yang sukses dalam mengembangkan konsep dan tema yang unik sesuai dengan selera generasi milenial saat ini.

Dengan melihat kondisi tersebut kaum generasi milenial mengambil peluang dengan bijak yaitu mengembangkan usaha dengan cara memandang keadaan gaya hidup saat ini yaitu tren gaya hidup berkumpul. Oleh karena itu, dengan banyaknya usaha kafe di Pekanbaru bisa menjadi peluang bagi pengusaha untuk membuka lapangan pekerjaan. Hal tersebut membantu pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran. Berdasarkan uraian diatas maka, peneliti memilih judul : **"Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Minat Generasi Milenial Berkumpul di kafe Kota Pekanbaru"**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor gaya hidup yang mempengaruhi perilaku minat generasi milenial bekumpul di kafe Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana faktor teknologi digital yang mempengaruhi perilaku minat generasi milenial bekumpul di kafe Kota Pekanbaru?
3. Bagaimana faktor fasilitas kafe yang mempengaruhi perilaku minat generasi milenial bekumpul di kafe Kota Pekanbaru?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas, maka diuraikan tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana faktor gaya hidup yang mempengaruhi perilaku minat generasi milenial bekumpul di kafe Kota Pekanbaru?
2. Untuk mengetahui bagaimana faktor teknologi digital yang mempengaruhi perilaku minat generasi milenial bekumpul di kafe Kota Pekanbaru?

3. Untuk mengetahui bagaimana faktor fasilitas kafe yang mempengaruhi perilaku minat generasi milenial bekumpul di kafe Kota Pekanbaru?

b. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1) Diinginkan penelitian ini dapat membagikan manfaat bagi penelitian yang mendekati penelitian ini dan menjadi bahan komparasi dengan penelitian yang lainnya.
2) Penelitian ini bermanfaat sebagai tambahan pandangan ilmiah untuk pelajar ekonomi.
3) Hasil penelitian ini di harapkan mampu menjadi bahan bahan informasi bagi masyarakat dalam melakukan analisa terkait peluang bisnis dalam peningkatan taraf hidup masyarakat.
4) Hasil penelitian juga di harapkan bisa menjadi bahan tambahan kajian pemerintah dalam analisa kebijakan yang berkaitan dengan usaha mikro masyarakat.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab. Berikut gambaran umum pokok pembahasan yang akan dibahas tiap-tiap bab tersebut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini diterangkan secara singkat tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan penyelesaian masalah dalam penlitian ini termasuk tinjauan pustaka terkait penelitian terdahulu yang sejenis yang pernah dilakukan sebelumnya serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci mengenai metode penelitian, teknik pengumpulan data yang digunakan, sampel dan populasi serta teknik penarikan sampel yang digunakan peniliti. Dalam bab ini juga akan di jelaskan teknik analisis

data yang digunakan.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan mengenai gambaran singkat objek penelitian ini, menguraikan data-data responden dalam penelitian ini serta hasil dan pembahasan yang akan di uraikan dalam penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari uraian pada setiap bab dan saran-saran yang dapat dikembangkan dalam penelitian selanjutnya.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Sebelum melakukan penelitian, peneliti telah menelusuri beberapa hasil penelitian yang berkenaan dengan tema yang di teliti oleh peneliti. Berdasarkan rangkuman dari semua penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti diperoleh bahwa faktor paling dominan mempengaruhi generasi milenial dalam berkumpul tidak hanya sekedar menawarkan produk tetapi juga fasilitas dan kenyamanan tempat sampai konsumen kembali berkunjung untuk berkumpul.

Sukatmadiredja (2013),melakukan penelitian mengenai "Analisa Perubahan perilaku Konsumen terhadap pertumbuhan Warung Kopi di Kecamatan Rungkut Surabaya". Adapun model estimasi yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu menggunakan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yang didapatkan dalam penelitian ini menyatakan bahwa faktor yang paling mendominasi dalam berkunjung ke warung kopi yaitu adanya perkembangan teknologi seperti wifi. Untuk menarik konsumen berkunjung lagi ke warung kopi itu tidak hanya berpengaruh pada makanan dan minuman saja akan tetapi kenyamanan dan fasilitas yang ada di warung kopi juga menjadi pengaruh yang penting.

Faisal (2019), melakukan penelitian mengenai "Perilaku Hangout Generasi Milenial Dalam Memb,uka Peluang Kerja di Kota Medan". Adapun model estimasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kualitatif deskriptif. Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa gaya hidup menjadi pengaruh yang besar untuk kebutuhan kafe dalam menarik minat generasi milenial seperti adanya koneksi wifi yang cepat. Generasi milenial juga lebih memilih untuk hangout di kafe yang menyediakan fasilitas *live streaming*. Berdasarkan data yang didapat dari beberapa responden bahwa banyak generasi milenial yang lebih memilih untuk berkunjung ke kafe yang mempunyai design interior yang bagus dan unik. Adanya perkembangan usaha kafe di Kota Medan dapat mengurangi angka pengangguran dikarenakan banyaknya tenaga kerja yang terserap di sektor informal pada khususnya.

Wahana (2015),melakukan penelitian tentang "Pengaruh Nilai-nilai Generasi Milenial dan budaya sekolah terhadap ketahanan Individu (studi di SMA Negeri

39, Cijantung, Jakarta). Adapun model estimasi yang digunakan penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu kategori tertinggi dimiliki oleh nilai-nilai budaya generasi milenial. Selain itu, budaya sekolah dan ketahanan individu juga termasuk kategori tinggi. Dalam penelitian ini juga menyatakan bahwa adanya korelasi yang positif dan signifikan dari nilai-nilai budaya generasi milenial terhadap ketahanan individu. Budaya sekolah juga mempunyai korelasi yang positif dan signifikan terhadap ketahanan individu.

Penelitian ini memiliki perbedaan penelitian terdahulu yaitu terletak pada penambahan metode penelitian yang digunakan. Dimana dalam semua penelitian sebelumnya menggunakan metode kualitatif, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis faktor. Disamping metode penelitian, objek penelitian juga merupakan salah satu aspek yang memiliki perbedaan dengan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru, sedangkan dalam penelitian sebelumnya ada yang di Medan, Jakarta dan Surabaya.

2.2 Landasan Teori

2.2.1. Perilaku Konsumen dalam perpektif manajemen

2.2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut (Rangkuti, 2002), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan tersebut.

Menurut (Hasan, 2013), perilaku konsumen adalah suatu proses ketika individu atau kelompok dalam menggunakan, memilih, mengatur, atau membeli produk dan jasa untuk memuaskan keinginan konsumen. Menurut (Sunyoto, 2013), perilaku konsumen merupakan kegiatan yang dilakukan individu dalam mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa dimana terdapat proses pengambilan keputusan untuk menentukan kegiatan tersebut.

Pada khususnya, perilaku konsumen mempunyai kepentingan bagi setiap orang dengan berbagai alasan untuk mengubah perilaku tersebut. Terutama

orang yang mempunyai kepentingan utama dalam perilaku konsumen yaitu pemasaran. Perilaku ekonomi sudah tidak asing lagi dibidang ekonomi karena mempunyai dasar utama dalam bidang ekonomi termasuk pemasaran. Perilaku konsumen mempunyai dua elemen yang penting sebagai berikut:

a. Proses dalam mengambil keputusan.
b. Kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menggynakan barang dan jasa.

2.2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Konsumen menjadi pusat perhatian di dalam pemasaran. Adapun aspek-aspek konsumen dikaji oleh para praktisi dan akademisi untuk mengembangkan strategi pemasaran. Strategi tersebut dilakukan agar dapat memasuki pangsa pasar. Dalam dunia pemasaran, konsumen memang menjadi pusat perhatian.

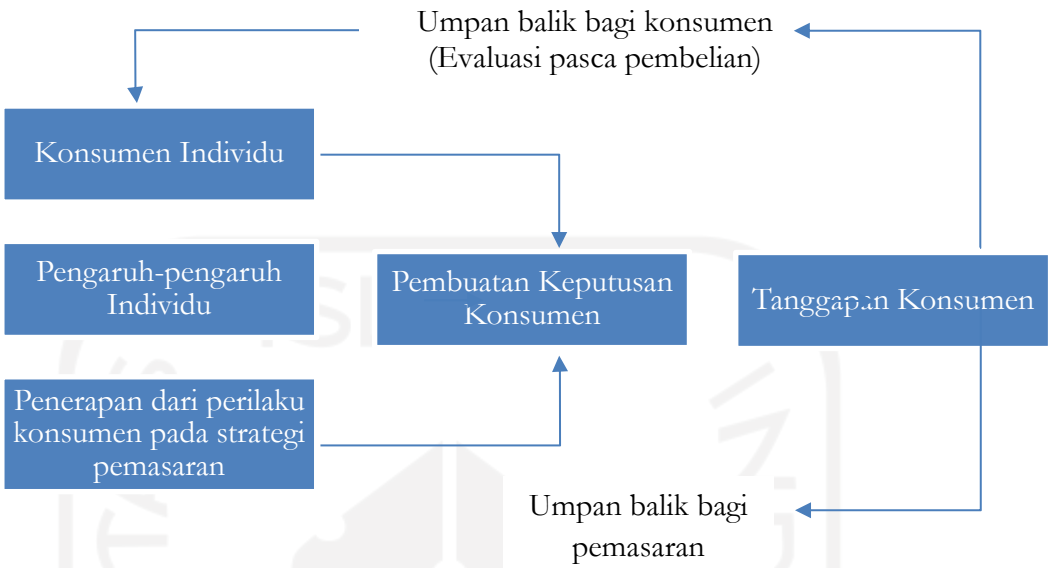
Perlunya memahami apa yang dinginkan atau dibutuhkan konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk diketahui dalam hal pemasaran. Apabila sudah paham dengan keinginan konsumen maka bisa mengetahui kebijakan yang harus dibuat dalam pemasaran agar kebijakan tersebut menjadi tepat sasaran.

Contohnya seperti ketika ingin tahu keinginan konsumen maka perlu untuk mempelajari karakteristik-karakteristik yang ada di suatu kelompok ssampai bisa melakukan upaya untuk memasarkan produk dan fokus pada suatu kelompok tersebut. Adapun aspek yang bisa mempengaruhi individu dalam mengonsumsi yaitu pandangan, informasi, perilaku, demografi serta kepribadian yang harus dikaji.

Pada saat ini, perkembangan dalam perdagangan menyatakan bahwa penawaran lebih besar dari permintaan. Adanya penawaran yang besar maka menimbulkan barang menjadi banyak karena tidak terjual dan tidak dibeli oleh konsumen. Hal ini disebabkan karena adanya keinginan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, barang yang dibuat mempunyai kualitas yang tidak layak untuk dipakai, atau bisa saja karena konsumen tidak mengetahui barang tersebut.

Gambar 2.1

Model Perilaku Konsumen



Sumber: Sutisna (2002)

Gambar 2.1 bahwa menunjukkan adanya interaksi antara penjual dan pembeli. Adapan komponen yang utama dalam model tersebut yaitu terdapat pembuatan keputusan konsumen yang terdiri dari evaluasi informasi merek produk, pertimbangan alternatif merek, dan terakhir menentukan merek yang akan dibeli.

Beberapa faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen sebagai berikut:

a. Konsumen individual. Dalam membeli suatu produk, konsumen dipengaruhi oleh hal hal yang ada pada dirinya sendiri.
b. Lingkungan. Lingkungan tentunya menjadi pengaruh bagi konsumen dalam memilih merek.
c. pemasaran. Strategi pemasaran yang banyak dibahas adalah satu-satunya variabel dalam model ini yang dikendalikan oleh pemasar (Sutisna, 2002)

Menurut (Rangkuti, 2002), ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sebagai berikut:

1. Faktor budaya

Budaya menjadi faktor yang paling mendasar dari penyebab perilaku seseorang dimana perilaku yang ada dalam manusia itu luas. Dalam masyarakat, terdapat berbagai suku budaya dan ras yang berbeda-beda. Dengan adanya perbedaan tersebut maka membentuk segmen pasar yang membuat produk serta memasarkan produk sesuai dengan keinginan mereka.

2. Faktor sosial

Faktor sosial juga mempengaruhi perilaku seseorang. Seperti contohnya keluarga, keluarga sangat berpengaruh dalam perilaku seseorang. Selain itu, peran dan status juga mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumen dimana dengan adanya status dan peran dari masyarakat mereka bisa memilih barang yang menunjukkan status mereka dalam bermasyarakat.

1. Faktor Pribadi

Perilaku konsumen juga dapat dipengaruhi oleh faktor pribadi seperti keadaan ekonomi, pekerjaan, kepribadian serta gaya hidup.

2. Faktor Psikologis

Perilaku konsumen juga mempengaruhi seseorang dengan berbagai faktor seperti keyakinan dan kepribadian, pandangan, motivasi, dan pengetahuan.

2.2.2. Teori Perilaku Konsumen dalam perspektif teori ekonomi

Secara historis, teori nilai guna merupakan teori yang menjelaskan perilaku individu dalam mengonsumsi barang. Dilihat dari analisis tersebut bahwa dapat dijelaskan mengenai prinsip kepuasaan maksimum konsumen dalam memilih barang yang diinginkan. Namun, teori tersebut mempunyai kelemahan dimana kepuasannya sulit untuk diukur karena dalam bentuk angka.

Kemudian Sir John R Hick mengembangkan suatu pendekatan baru. Pendekatan tersebut ditujukan untuk menghasilkan kepuasan maksimum konsumen yang memiliki pendapatan terbatas. Analisis ini disebut *indifference*

curve dan *budget line* (Sadono, 2005). Dalam perilaku konsumen terdapat pendekatan yang menjelaskan bagaimana bentuk fungsi permintaan. Ada dua pendekatan tersebut yaitu pendekatan kardinal dan pendekatan ordinal.

1. Pendekatan Kardinal

   Pendekatan kardinal dapat diukur dengan satuan uang serta tinggi rendahnya daya guna barang yang bergantung pada subjek. Dalam pendekatan ini juga terdapat anggapan bahwa makin berguna barang yang dimiliki seseorang maka semakin banyak peminat yang menginginkan barang tersebut.

2. Pendekatan Ordinal

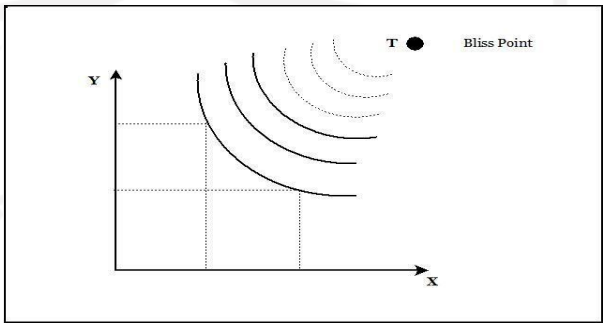
   Pendekatan ordinal tidak perlu diukur namun konsumen membuat urutan daya guna dalam mengonsumsi barang.

   a. Indifference Curve

      Keinginan konsumen sangat banyak maka dari itu indifference curve dibuat dengan tidak terhingga. Berikut ini kurva indifferen yang tertera pada gambar 2.2.

Gambar 2.2

Indifferance Curve



Sumber : Sukirno (2005)

Dari kurva tersebut dapat dilihat bahwa titik T merupakan titik kepuasan konsumen yang paling tinggi. Dari titik tersebut, konsumen mengkonsumsi

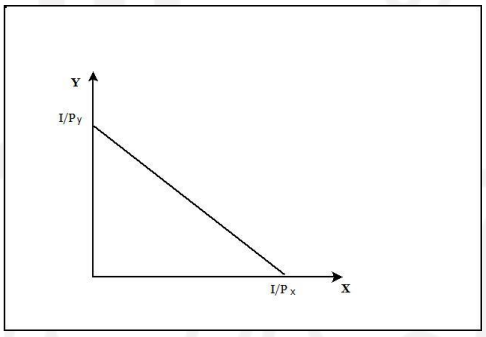
barang X dan barang Y tidak terhingga. Ciri-ciri kurva indiferen yaitu titiknya turun dari kiri atas ke kanan bawah. Dengan hal ini bisa dinyatakan jika konsumen ingin menambah barang X dengan kepuasan yang didapatkan sama maka konsumen harus mengurangi barang Y. selain itu, kurva tersebut cembung ke arah titik nol dimana hal tersebut terjadi karena adanya peniadaan barang X untuk menambah barang Y dengan kepuasan yang sama. Kurva yang cembung ke titik nol ini diartikan bahwa semakin sedikit suatu barang maka semakin banyak barang lain yang dapat ditukar agar bisa memperoleh barang tersebut.

a. Budget line

Budget line merupakan garis yang menjelaskan kombinasi dua barang yang berbeda dengan yang dikonsumsi dengan pendapatan terbatas. Berikut ini kurva budget line yang tertera dalam gambar 2.3.

Gambar 2.3

Budget Line



Sumber : Sukirno (2005)

Dari kurva tersebut, dapat dijelaskan bahwa semakin dekat dengan titik nol maka semakin kecil biaya yang dikeluarkan konsumen. Perubahan pada kurva tersebut disebabkan karena adanya harga dan pendapatan yang berubah. Apabila harga berubah maka akan menyebabkan budget line menjadi bergeser ketika harga pada barang X naik maka jumlah pada barang X akan semakin

sedikit dengan anggaran yang sama. Jika pendapatan konsumen berubah maka akan menyebabkan budget line menjadi bergeser ketika pendapatan semakin sedikit maka barang X dan barang Y yang dapat di beli juga semakin sedikit.

2.2.3 Teori Tenaga Kerja

2.2.3.1 Tenaga Kerja

Menurut UU No 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, tenaga kerja merupakan setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya sendiri maupun masyarakat. Tenaga kerja terdiri dari orang yang bekerja, orang yang sedang mencari pekerjaan, dan yang sedang bersekolah serta mengurus rumah tangga (Simanjuntak, 1985).

Angkatan kerja merupakan penduduk yang sudah mampu dalam proses produksi. Orang yang digolongkan bekerja yaitu orang yang mempunyai kegiatan yang aktif dalam menghasilkan barang atau jasa. Sedangkan, pencari kerja merupakan orang yang termasuk angkatan kerja tetapi sedang mencari pekerjaan dan tidak sedang berkerja (Subri, 2003). Bukan angkatan kerja merupakan orang yang masih bersekolah, mengurus rumah tangga, penerima pendapatan seperti pensiunan, orang yang sudah lanjut usia, cacat jasmani dan lainnya (Simanjuntak, 1985).

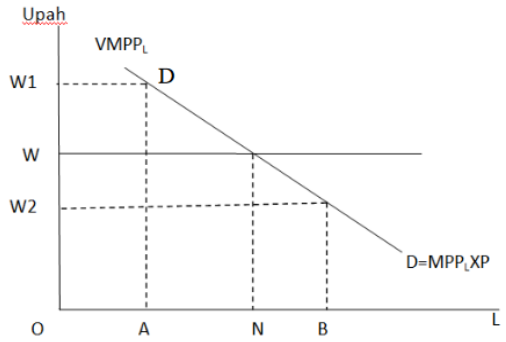
Menurut (Simanjuntak, 1985), teori permintaan tenaga kerja menyatakan bahwa seberapa banyak tenaga kerja yang harus dipekerjakan oleh perusahaan dengan tingkat upah dalam periode waktu tertentu. Permintaan tenaga kerja berbeda dengan permintaan konsumen terhadap barang dan jasa karena konsumen akan membeli barang atau jasa apabila barang tersebut berguna bagi konsumen. Akan tetapi, pengusaha memberi pekerjaan kepada seseorang agar bisa menghasilkan barang atau jasa yang nantinya akan dijual untuk konsumen.

Berdasarkan teori neo klasik dijelaskan bahwa pengusaha tidak bisa mempengaruhi harga. Oleh karena itu, pengusaha hanya bisa mengatur jumlah

tenaga kerja yang akan dipekerjakan dalam suatu perusahaan untuk mendapatkan laba yang maksimal. Terdapat fungsi permintaan tenaga kerja yaitu Tambahan hasil marjinal. Tambahan hasil marjinal merupakan tambahan output yang diproduksi oleh perusahaan dengan cara menambah seorang pekerja. Kemudian, permintaan marjinal yang merupakan jumlah uang yang didapat oleh perusahaan dengan adanya tambahan marjinal tersebut. Selanjutnya, biaya marjinal yaitu biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dengan menambah upah karyawan. Ketika tambahan penerimaan marjinal lebih besar dari biaya marjinal maka perusahaan mengalami keuntungan maka dari itu perusahaan akan menambah jumlah pekerja selama marginal revenue lebih besar dari tingkat upah (Simanjuntak, 1985).

Gambar 2.4

Fungsi Permintaan Terhadap Tenaga Kerja



Sumber: Simanjuntak (1985)

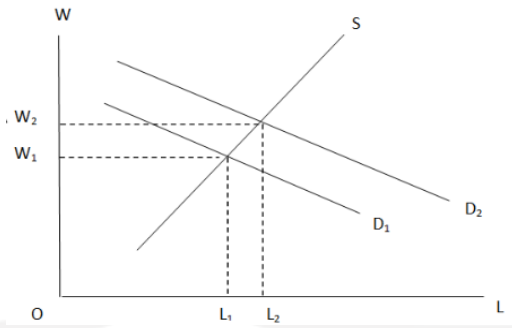
Dari gambar 2.4 dapat dinyatakan dari garis D menggambarkan nilai hasil marginal karyawan. Misalnya jumlah tenaga kerja sebanyak 50 orang yang diperkerjakan maka nilai hasil kerja orang yang ke-50 disebut dengan nilai hasil marginal karyawan atau Value marginal physical product of labor (VMPPL). Nilai tersebut lebih besar dari tingkat upah (W). Oleh karena itu, jumlah tenaga kerja yang ditambah bisa menaikkan keuntungan perusahaan. Perusahaan bisa menambah pekerja untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal hingga

jumlah pekerja sebanyak dari titik 0 ke N. Apabila perusahaan ingin menambah tenaga kerja sebanyak titik 0 ke B maka keuntungan perusahaan menjadi berkurang karena upah yang harus dibayar pada tingkat upah yang berlaku (W) sedangkan hasil nilai marjinal sebesar W2 lebih kecil dari W (Simanjuntak, 1985).

Permintaan output produksi suatu perusahaan yang banyak bisa menyebabkan harga output menjadi naik. Kenaikan harga tersebut menyebabkan nilai marjinal produksi menjadi meningkat namun produk marjinal tenaga kerja tidak berubah (Mankiw, 2013). Berikut ini pergeseran dalam permintaan tenaga kerja yang tertera dalam gambar 2.5.

Gambar 2.5

Pergeseran dalam Permintaan Tenaga Kerja



Sumber: Mankiw (2013)

Pada kurva tersebut dapat dilihat bahwa permintaan tenaga kerja mengalami pergeseran D1 ke D2. Pergeseran tersebut terjadi karena naiknya permintaan tenaga kerja yang disebabkan oleh kenaikan harga output. Keseimbangan upah juga mengalami kenaikan dari W1 ke W2 dan tenaga kerja juga menjadi naik dari L1 ke L2. Menurut (Sumarsono, 2009), beberapa faktor mempengaruhi permintaan tenaga kerja yaitu tingkat upah bisa mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Apabila tingkat upah mengalami kenaikan biaya produksi yang harus dikeluarkan

perusahaan juga semakin meningkat. Hal ini mengakibatkan harga barang per unit yang diproduksi menjadi naik. dengan adanya kenaikan harga barang itu maka pembeli menjadi mengurangi untuk membeli barang tersebut sampai akhirnya barang banyak tidak terjual. Oleh karena itu, perusahaan harus mengurangi jumlah tenaga kerja secara terpaksa untuk menuruni jumlah produksi. Turunnya skala produksi yang disebabkan karena jumlah tenaga kerja yang menurun dinamakan dengan efek skala produksi.

Ketika tingkat upah mengalami kenaikan dengan asumsi bahwa harga dari barang modal lain tidak berubah maka perusahaan akan menggantikan tenaga kerja dengan teknologi yang cangggih seperti mesin. Jumlah tenaga kerja yang diturunkan karena adanya pengganti tenaga kerja seperti mesin dinamakan dengan efek subtitusi.

2.2.4 Pasar Tenaga Kerja

Pasar tenaga kerja merupakan aktivitas yang dilakukan antara pencari kerja dan lapangan pekerjaan. Pelaku pasar tenaga kerja yaitu pencari kerja, pengusaha atau perusahaan, dan pihak ketiga yang membantu pengusaha dan pencari kerja yang saling berhubungan (Simanjuntak, 1985).

Adapun penyerapan tenaga kerja merupakan jumlah tenaga kerja yang terserap pada waktu tertentu (Rahardjo, 1984). Tenaga kerja yang terserap merupakan turunan dari fungsi produksi dari aktivitas ekonmi. Produksi merupakan perubahan input yang menjadi output. Apabila diasumsikan proses produksi menggunakan dua jenis faktor produksi yaitu labor dan capital.

2.2.5 Generasi Milenial

Kata "milenial" dikenalkan pertama kali oleh (Strauss et al., 1991) yang artinya generasi yang lahir pada tahun 1982 saat masuk pra-sekolah. Adapun pendapat lain Pendapat lain menurut (Elwood Carlson, 2008), generasi

milenial merupakan generasi yang lahir dari tahun 1983 sampai 2001. Berikut ini beberapa pendapat mengenai generasi milenial:

a. Menurut Iconoclast yang merupakan sebuah perusahaan riset konsumen menyatakan bahwa generasi milenial lahir pertama kali pada tahun 1978.
b. Dalam majalah Newsweek menyatakan bahwa generasi milenial lahir pada tahun 1977 sampai tahun 1994.
c. Dalam majalah Time terdapat artikel yang menyatakan bahwa generasi milenial lahir pada tahun 1980 sampai tahun 2000.

Generasi milenial juga bisa didefinisikan berbagai kelompok orang yang mempunyai karakteristik berbeda-beda. Perbedaan tahun kelahiran dalam generasi milenial menjadi pembeda dengan generasi lainnya dimana generasi yang ada mengikuti zaman dan teknologi yang ada.

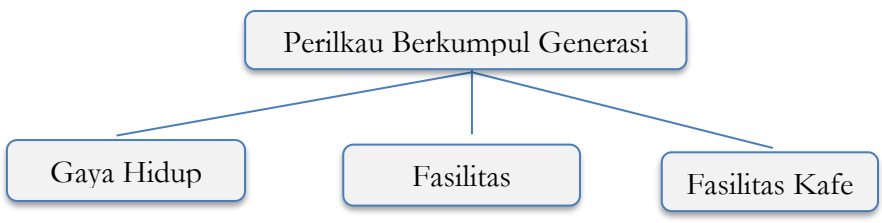
Generasi milenial hidup dengan perkembangan yang sangat pesat dimana sudah adanya kemajuan teknolgi yang mempengaruhi gaya hidup mereka. Generasi milenial dianggap spesial karena berbeda dengan generasi sebelumnya. Hal dikarenakan pada generasi milenial, zaman sudah modern dan teknologi juga semakin canggih.

Apabila diilihat dari sosial media, generasi milenial lebih banyak mendominasi dibandingkan generasi sebelumnya yaitu generasi X. Adanya teknologi yang semakin canggih menjadi peluang bagi generasi milenial dalam mengambil banyak kesempatan untuk masa depan.

2.3 Kerangka Pikir

Gambar 2.6

Kerangka Pikir Penelitian



2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir penelitian yang disajikan dalam gambar 2.6 di atas, maka dapat dilihat bahwa variabel dependen seperti Variabel Gaya hidup, Teknologi Digital serta Fasilitas Kafe dapat memberikan pengaruh terhadap perubahan Perilaku Berkumpul generasi milenial di Kota Pekanbaru yang merupakan variabel independen.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif untuk penelitian ini. Metode penelitian jenis kuantitatif adalah satu jenis diantara jenis penelitian yang spesifikasinya merupakan terencana, sistematis dan terstruktur dengan jelas mulai dari awal sampai pembuatan desain penelitian. Metode penelitian kuantitatif, yang dipresentasikan oleh (Sugiyono, 2016) yakni: Metode penelitian yang berdasarkan menurut filsafat positivisme, dipakai buat meneliti menurut populasi ataupun sampel tertentu, penyatuan data mengikuti instrument penelitian, analisis data bersifat statistik/kuantitatif, dengan maksud mendapatkan uji hipotesis yang sudah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian atupun hasil penelitian. Adapun pengertian deskriptif menurut (Sugiyono, 2016) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagimana adanya, tanpa melakukun analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Pekanbaru tepatnya di Jl. Sudirman

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada saat bulan Oktober 2021 hingga November 2021.

3.3 Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan

untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa interview, menyebarkan kuesioner, dan obervasi (Syafrizal Helmi, 2014). Data primer dalam penelitian ini akan di peroleh dari hasil jawaban responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari studi/penelitian terdahulu oleh lembaga lain (S Helmi & Lutfi, 2012). Data sekunder dalam penelitian ini adalah dari berbagai tinjauan literatur penelitian terdahulu.

3.4 Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara memeliki arti sebagai berikut: wawancara dipakai untuk teknik pengumpulan data jika peneliti mau melaksanakan penelitian pendahuluan agar mendapatkan permasalahan yang ingin diteliti serta peneliti mau mengetahui berbagai hal dari responden yang lebih menyeluruh dan jumlah untuk respondennya sedikit yang dikatakan oleh (Sugiyono, 2016).

b. Kuesioner

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti merupakan Kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2016), Kuesioner adalah Teknik pengumpulan data yang dikerjakan dengan cara membagi beberapa pernyataan atau pertanyaan untuk responden buat dijawab.

c. Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang dikerjakan dengan cara membuat penelitian secara kritis dan pencatatan secara sistematik yang dikatakan oleh (Imam Gunawan, 2013).

3.5 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yan terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh Generasi

Milenial yang mengunjungi Kafe yang berada di Kota Pekanbaru.

b. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang dipakai merupakan teknik *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* ialah teknik pengumpulan sampel yang kelompok populasinya tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi kelompok sampel (Asnawi, 2017). Adapun teknik pengambilan sampel Nonprobability yang digunakan peneliti yaitu metode *accidental sampling* (sampling aksidental). Menurut (Sugiyono, 2016), *accidental sampling* ialah sampel yang diperoleh dari responden secara tidak disengaja, yaitu siapa saja yang berpapasan dengan peneliti bisa digunakan untuk sampel, jika seseorang yang berpapasan tersebut cocok menjadi sumber data. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2008), *accidental* memiliki arti sebagai prosedur *sampling* yang diambil melalui sampel dari seseorang ataupun kelompok yang mudah ditemui.

Penelitian ini mempunyai kriteria sampel yaitu pengunjung kafe di Kota Pekanbaru yakni generasi milenial. Adapun alasan penggunaan metode ini yaitu jumlah populasi yang tak dapat ditentukan dari seluruh pengunjung di kafe Kota Pekanbaru yakni generasi milenial, maka dari itu tepat untuk menggunakan metode ini.

Peneliti menggunakan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Jumlah sampel ini bisa diterima dikarenakan untuk penelitian survey ini merupakan jumlah sampel minimum yaitu 100 (Echdar, 2017), dengan begitu hal tersebut sejalan dengan perhitungan jumlah sampel yang menggunakan rumus dari (Hair, 1995) yang menjumpai bahwa ukuran sampel yang sesuai ialah antara 100 hingga 200.

3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

(Imam, 2013) menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika

pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas yang diuji menggunakan *corrected item total correlation*, yaitu dengan cara mengkoreksi skor total diperoleh dengan menjumlahkan semua skor pertanyaan. Dengan kriteria pengujian validitas penelitian sebagai berikut

1. Jika r hitung > r tabel, maka kuesioner tersebut valid.
2. Jika r hitung < r tabel, maka kuesioner tersebut tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

(Imam, 2013) menjelaskan bahwa uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan dengan menggunakan nilai statistik cronbach's alpha (α) dan dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,7$.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Deskriptif Penelitian

Peneliti menggunakan metode analisis statistik deskriptif untuk menganalisis data. Analisis deskriptif ialah penelitian yang dikerjakan untuk mendapati nilai *variable independent* dan variabel dependen. Perilaku berkumpul generasi milenial yang berkunjung ke kafe di Kota Pekanbaru semakin pesat sampai bisa membuka usaha di Kota Pekanbaru dapat dilihat melalui analisis deskriptif.

3.7.2 Uji Normalitas

Uji normalitas ditujukan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini dikerjakan dengan statistik *Kolmogorov-Smirnoc* terhadap *unstandardized residual* hasil regresi. Jika nilai probabilitas (sig) *Kolmogorov-Smirnov*

lebih dari 0,05 maka data dikatakan normal.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu:

1. Nilai signifikansi atau probabilitas < 0,50, maka data terdistribusi secara tidak normal.
2. Nilai signifikansi atau probabilitas > 0,05, maka data terdistribusi secara normal.

3.7.3 Metode Analisis Faktor

Metode analisis faktor merupakan jenis analisis untuk mengetahui keteraturan dari suatu fenomena atau dimensi pokok. Analisis faktor memiliki tujuan umum yaitu untuk menyimpulkan kandungan informasi variabel yang memiliki jumlah yang besar menjadi jumlah faktor yang lebih kecil (Kuncoro, 2009). Pada awal penelitian menggunakan analisis faktor sebab suatu variabel belum diidentifikasikan secara baik yang mempengaruhi suatu variabel. Sedangkan, analisis faktor bisa digunakan sebagai uji validitas kuesioner. Misalnya, bila suatu indikator tidak menggolongkan ke variabelnya, namun menggolongkan ke variabel yang lain maka dapat diartikan indikator tidak valid. Analisis faktor merupakan tinjauan yang saling berkaitan antara variabel beserta tujuan untuk bersama mengetahui himpunan variabel baru, yang memiliki sedikit jumlah variabel awal dan memperlihatkan faktor persekutuan diantara variabel tersebut.

Metode analisis faktor dapat digunakan untuk: 1) meneliti dimensi mendasar yang bisa menjelaskan korelasi pada serangkaian variabel; 2) mengidentifikasi variabel baru yang lebih kecil akan mengubah variabel tidak berkorelasi pada variabel asli yang berkorelasi; 3) mengidentifikasi sebagian variabel kecil dari sebesar variabel yang banyak agar dianalisis menggunakan analisis multivariate lainnya (Suliyanto & MM, 2005).

Analisis faktor memiliki prinsip utama yaitu korelasi, memiliki makna bahwa variabel yang mempunyai korelasi erat bakal membangun suatu faktor, sementara itu variabel yang ada pada suatu faktor bakal mempunyai korelasi yang lemah beserta variabel yang ada pada faktor lain.

Menurut Ghozali bahwa asumsi analisis faktor memaksudkan matrik data perlu mempunyai korelasi yang cukup untuk bisa dilakukan analisis faktor. Berdasarkan data visual bila tidak ada nilai korelasi yang lebih besar dari 0,30 maka analisis faktor tidak bisa dilakukan (Imam, 2013). Uji normalitas lebih dulu dilakukan sebelum melakukan metode analisis faktor. Uji normalitas bermaksud mengenal distribusi data pada variabel yang ingin dipakai di penelitian. Data yang memadai dan bagus dipakai di penelitian merupakan data yang mempunyai distribusi normal. Uji normalitas bisa dilakukan dengan uji normal *Kolmogorov-Smirnov*. Bila sig lebih dari 0,005 yang artinya data berdistribusi normal tapi sebaliknya bila sig lebih dari 0,005 yang artinya data berdistribusi tidak normal. Berikut ini adalah proses utama dalam melakukan analisis faktor :

3.7.3.1 Uji Determinant Of Correlation Matrix

Uji *Determinant Of Correlation Matrix* dilakukan untuk mengetahui korelasi atau keterkaitan antar variabel yang satu dengan variabel yang lain. Keterkaitan atau yang bisa disebut dengan korelasi harus memiliki variabel yang kuat. Kondisi ini bisa diidentifikasi melalui nilai determinan yang mengarah nol. Nilai determinan yang elemennya menyamai matriks identitas bakal mempunyai nilai sebesar satu. Dengan demikian dapat diartikan, bila nilai determinan mengarah satu, maka matriks korelasi menyamai matriks identitas karna mempunyai elemen diagonal yang bernilai satu, namun yang lain bernilai nol.

3.7.3.2 Uji Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling (KMO)

Uji *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling* (KMO) dilakukan untuk mengetahui indeks perbandingan jarak antar koefisien korelasi dengan korelasi parsialnya secara keseluruhan. Untuk dapat dilakukan analisis faktor, nilai KMO dianggap cukup apabila nilai KMO≥ 0,5.

3.7.3.3 Uji Barlett Test of Spehricity

Uji *Barlett Test of Spehricity* mempunyai tujuan yang sama dengan uji KMO yaitu untuk mengetahui apakah kesembilan variabel yang diteliti dapat diproses lebih lanjut untuk analisis faktor atau tidak. Uji *Bartlett Test of Spehricity* memenuhi persyaratan apabila memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 (5%).

3.7.3.4 Uji Measure Of Sampling Adequacy (MSA)

Uji *Measure Of Sampling Adequacy* (MSA) bertujuan untuk mengetahui indeks perbandingan jarak antar koefisien korelasi dengan korelasi parsialnya secara parsial stetiap variabel. Indeks perbandingan jarak antar koefisien korelasi dengan korelasi parsialnya secara parsial harus kecil. Nilai MSA dianggap cukup apabila nilai MSA ≥ 0,5. Apabila ada item/variabel yang tidak memiliki nilai MSA ≥ 0,5, variabel tersebut harus dikeluarkan dari analisis faktor secara bertahap satu per satu.

3.7.3.5 Uji Communalities

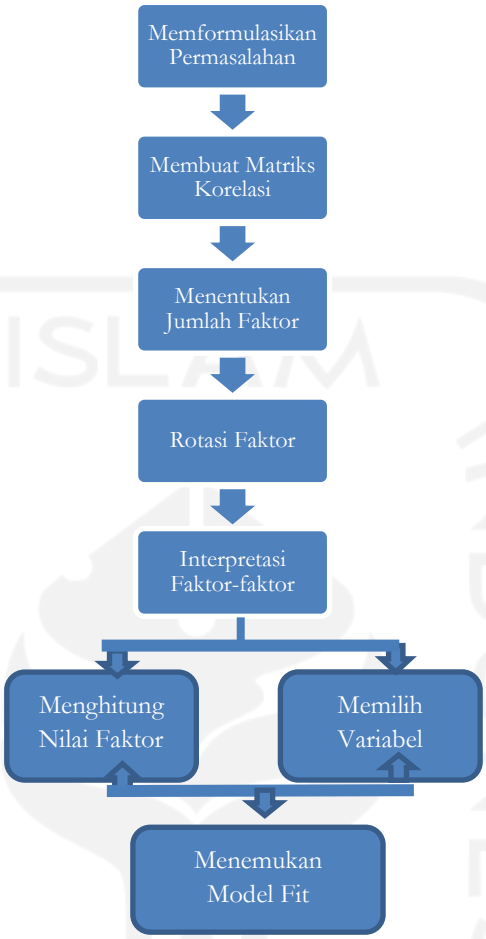
Uji *Communalities* dapat digunakan untuk mengetahui berapa besarnya jumlah persentase varian suatu variabel yang menunjukkan faktor yang ingin dibentuk. Nilai *extraction* pada variabel yang diuji mencukupi persyaratan komunalitas jika nilai lebih besar dari 0,5. Pada beberapa hal, tiap variabel yang ingin dianalisis dengan memakai analisis faktor mesti meluas secara normal, walaupun tidak mutlak untuk normalitas pada analisis faktor.

3.7.4 Tahapan Analisis

Setelah kelima uji analisis faktor terpenuhi, maka dapat dilakukan interpretasi analisis faktor melalui langkah-langkah sebagai berikut:

Gambar 3.1

Bagan Metode Analisis Faktor



a. Komunalitas

Mengilustrasikan besarnya persentase varian pada suatu variabel dengan menunjukkan faktor yang ingin dibentuk bermaksudkan untuk table commununalities.

b. Penentuan jumlah faktor

Untuk menentukan banyaknya jumlah faktor dapat dilakukan beberapa pendekatan, yaitu:

1) penentuan berdasarkan apriori;
2) penentuan berdasarkan eigenvalue;
3) penentuan berdasarkan scree plot;
4) penentuan berdasarkan persentase varian *(percentage of variance)* (Suliyanto & MM, 2005).

Dalam metode penentuan berdasarkan apriori, jumlah faktor telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Dalam metode penentuan berdasarkan *eigenvalue*, jika suatu variabel ,memiliki *eigenvalue* ≥ satu, maka dianggap sebagai faktor, sebaliknya jika suatu variabel hanya memiliki *eigenvalue* < satu, maka tidak dimasukkan dalam model. Penentuan berdasarkan *screen* plot pada dasarnya merupakan penentuan berdasarkan grafik yang menggambarkan hubungan antara faktor dengan *eigenvalue,* sedangkan pada sumbu X menunjukkan jumlah faktor. Untuk dapat menentukan jumlah faktor yang diambil, ditandai dengan slope yang sangat tajam antara faktor yang satu dengan faktor berikutnya.

Penentuan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili variabel-variabel yang akan dianalisis didasarkan pada besarnya *eigenvalue* serta persentase total variannya. Hanya faktor yang memiliki *eigenvalue* sama atau lebih besar dari 1 (satu) yang dipertahankan dalam model analisis faktor, sedangkan yang lainnya dikeluarkan dari model.

c. Penentuan peranan tiap-tiap variabel

Untuk mengetahui peranan masing-maing variabel dalam suatu faktor dapat ditentukan dari besarnya loading variabel yang bersangkutan, hal ini dapat dilihat pada tabel *component matrix loading* dengan nilai terbesar berarti mempunyai peranan utama pada faktor tersebut. Variabel yang memiliki nilai *loading* < 0,5 dianggap tidak memiliki peranan yang berarti terhadap faktor yang terbentuk lalu variabel tersebut dapat diabaikan dalam pembentukan faktor. Misalkan faktor yang terbentuk sebanyak dua faktor, maka tabel *component matrix* bertujuan menentukan masing-masing variabel yang akan akan masuk ke dalam faktor 1 atau faktor 2 berdasarkan faktor *loading*-nya.

Tabel *Component Matrix* juga memberikan informasi tentang besarnya persentase tiap-tiap faktor menjelaskan kesalahan siswa dalam menyelesaikan soal-soal cerita.

d. Rotasi faktor

Hasil dari ekstraksi faktor dalam matriks faktor mengidentifikasikan hubungan antar faktor dan variabel individual, namun dalam faktor-faktor tersebut banyak variabel yang berkorelasi sampai sulit di interpretasikan. Melalui rotasi faktor matriks, faktor matriks ditransformasikan ke dalam matriks yang lebih sederhana agar mudah diinterpretasikan. Rotasi faktor menggunakan prosedur *varimax* dan *output* rotasi faktor dapat dilihat pada tabel *Rotated Component Matrix*.

e. Model fit (ketepatan model)

Tahap akhir analisis faktor adalah mengetahui ketepatan dalam memilih teknik analisis faktor *principal component analysis* untuk mengetahui dengan melihat jumlah residual (perbedaan) antara korelasi yang diamati dengan korelasi yang diproduksi. Semakin kecil persentasenya, maka semakin tepat penentuan teknik tersebut.

BAB IV
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi data kafe di Kota Pekanbaru

Dalam penelitian ini dipilih beberapa kafe sebagai sampel usaha yang berada di Kota Pekanbaru. Beberapa sampel usaha pada penelitian ini yaitu kafe yang bertempat di Kota Pekanbaru khususnya sekitar Jalan Sudirman Pekanbaru yang sebagaimana diketahui kafe ini termasuk kafe yang banyak anak muda terutama kaum Generasi Milenial sebagai pengunjung. Berikut daftar usaha kafe di Kota Pekanbaru:

Tabel 4.1

Usaha kafe yang berada di Kota Pekanbaru

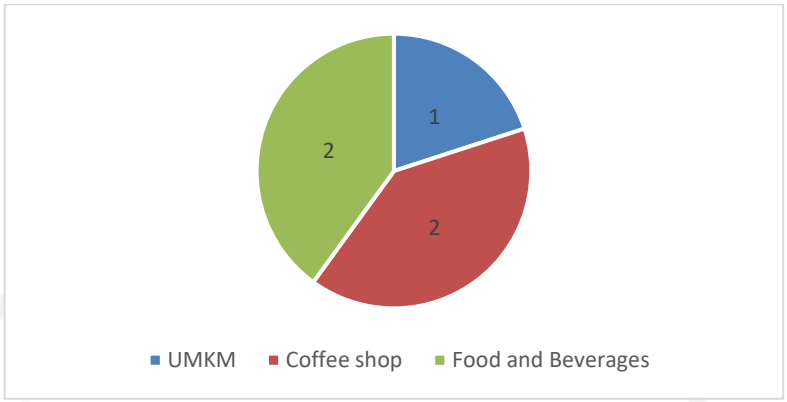
No.	Alamat Kafe	Nama Kafe
1	Jalan borobudur no. 5	Titik Tumpu
2	Jalan kelapa no 4	Suar coffee
3	Jalan wonerejo no17	Lakosa coffee
4	Jalan Ronggo Warsito II No.2	Sinar Coffee
5	Jalan Tarempa no. 9	Atlas Coffee and Bike

Sumber : Kuesioner, data diolah

Dari data di atas diketahui sampel usaha yang diambil dalam penelitian ini yaitu 5 kafe yang berada di sekitar Jalan Sudirman Pekanbaru. Alasan Peneliti melakukan penelitian di wilayah sekitar Jl. Sudirman di Kota Pekanbaru dikarenakan wilayah tersebut terdapat perkantoran dan perguruan tinggi. Hal ini memperkuat objek penelitian sebab di wilayah perguruan tinggi yang dipenuhi akan generasi milenial.

Gambar 4.1

Responden berdasarkan Jenis Kafe



Sumber : Kuesioner, data diolah

Menurut data yang di peroleh melalui pengisian kuesioner oleh pemilik usaha disekitar Jl. Sudirman Kota Pekanbaru bahwa terdapat berbagai jumlah kafe yang dibangun berdasarkan kebutuhan konsumen. Hasil dari kuisioner dengan sampel 5 kafe hanya 1 merupakan kafe dengan jenis UMKM, 2 merupakan kafe dengan jenis Coffie Shop dan 2 jenis Food and Beverages.

Gambar 4.2

Usaha Kafe Berdasarkan Tahun Berdiri



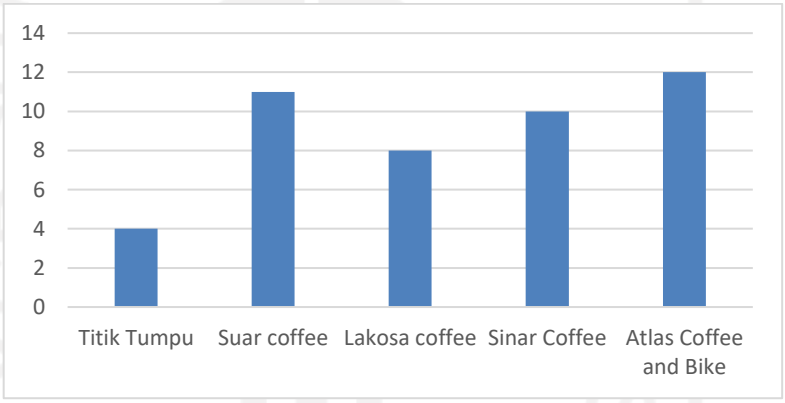
Sumber : Kuesioner, data diolah

Menurut data dari 5 sampel kafe yang diperoleh dari pengisian kuesioner, ada 3 kafe yang baru berdiri di Jl. Sudirman Kota Pekanbaru yakni berkisaran selama 2 tahun yaitu Sinar Coffee, Lakosa Coffee dan Atlas Coffee and Bike, berikutnya

kafe yang 3 tahun lebih lama yaitu berjumlah 1 kafe dan merupakan kafe yang paling lama berdiri yaitu Suar Coffee, kemudian Kafe yang masih berdiri kurang dari 1 tahun dan dan merupakan kafe paling baru berdiri adalah Kafe Titik Tumpu. Berdasarkan data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata lamanya usaha kafe berdiri yang ada di Kota Pekanbaru adalah 2 tahun.

Gambar 4.3

Responden berdasarkan pada jumlah Tenaga Kerja di Kafe Kota Pekanbaru



Sumber : Kuesioner, data diolah

Penyerapan tenaga kerja pada keberadaan kafe di Kota Pekanbaru dapat dilihat dalam diagram di atas. Dari 5 sampel kafe yang diangkat, terdapat 12 orang karyawan yang diserap oleh Atlas Coffee and Bike. Kemudian juga Suar Coffee menyerap 11 karyawan, dilanjutkan oleh Sinar Coffee dengan 10 karyawan, Lakosa Coffee dengan 8 karyawan, dan yang terakhir adalah Titik Tumpu yang memiliki 4 karyawan saja.

4.2 Deskripsi Data Responden Penelitian

Kelompok generasi milenial di Kota Pekanbaru khususnya yang berada di sekitar Jl. Sudirman merupakan responden yang diambil untuk sampel pada penelitian ini dalam mengembangkan peluang kerja di Kota Pekanbaru. Adapun

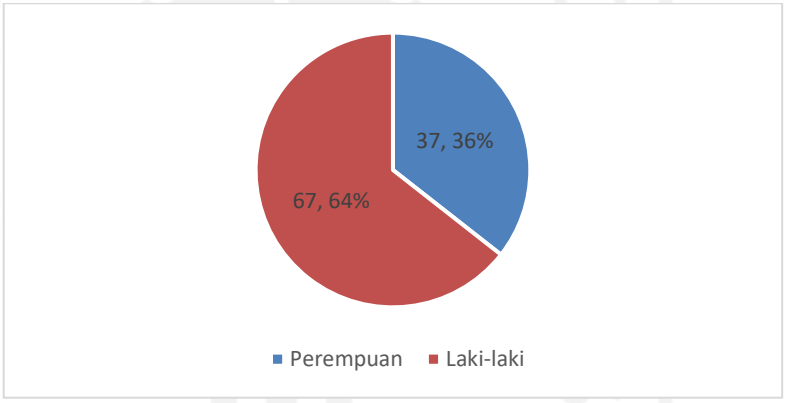
responden yang dipakai sebagai sampel penelitian berjumlah 100 orang. Berikut hasil data yang diperoleh oleh peneliti berdasarkan kuesioner dari responden:

4.2.1 Responden menurut jenis kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner 100 responden, diperoleh identitas responden menurut jenis kelaminnya sebagai berikut:

Gambar 4.4

Responden menurut jenis kelamin



Sumber : Kuisioner, data diolah

Dari gambar di atas menampilkan bahwa responden pada penelitian ini lebih di dominasi laki-laki di banding perempuan dengan perbandingan, laki-laki dengan frekuensi berjumlah 67 orang sebanyak 64% dan untuk perempuan frekuensi berjumlah 37 orang sebanyak 36% dari 100 orang sebagai responden.

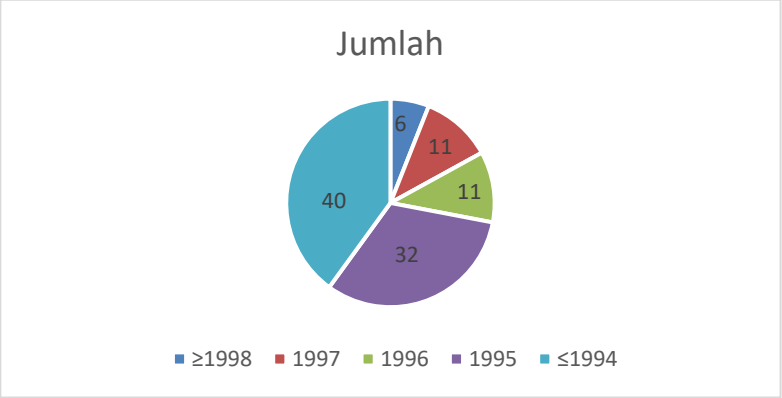
4.2.2 Responden berdasarkan tahun kelahiran

Umur merupakan salah satu perbedaan kondisi individu dalam meunjukkan perilaku individu saat kegiatan berkumpul. Pengelompokan ini bermaksud untuk melihat kelompok umur menurut tahun lahir yang berpotensial saat kegiatan berkumpul di kafe. Berikut hasil responden yang

berdasarkan pada tahun kelahiran.

Gambar 4.5

Responden berdasarkan pada tahun kelahiran



Sumber : Kuesioner, data diolah

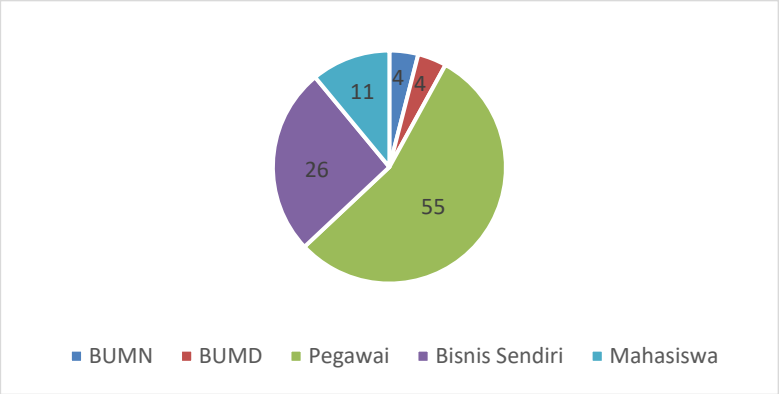
Gambar diatas menampilkan bahwa hasil dari data yang diperoleh responden berdasarkan pada tahun lahir yang memiliki jumlah terbanyak ialah tahun kelahiran ≤ 1994 yakni berjumlah 40 orang (40%), kemudian responden tahun kelahiran pada tahun 1995 berjumlah 32 orang (32%), responden tahun kelahiran 1996 dan 1997 berjumlah 11 orang (11%), sebanyak 11 orang (11%), sedangkan responden yang lahir tahun ≥ 1998 sebanyak 6 orang (6%). Dalam grafik di atas bisa dilihat bahwasannya kebanyakan pengunjung kafe yang datang ke kafe Kota Pekanbaru adalah yang kelahiran tahun ≤ 1994.

4.2.3 Responden berdsarkan jenis pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan salah satu aspek yang teliti, dimana peneloti melngkategorikannya berdasarkan beberapa kelompok, seperti yang disajikan dalam gambar di bawah ini:

Gambar 4.6

Responden berdasarkan jenis pekerjaan



Sumber : Kuesioner, data diolah

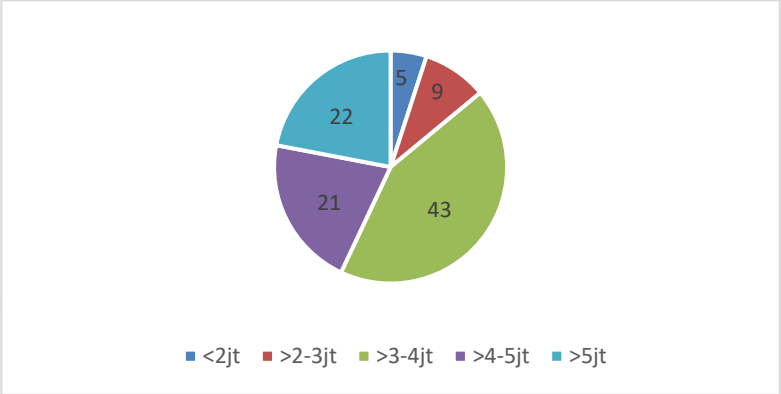
Kegiatan berkumpul yang paling banyak dilakukan oleh Pegawai/Karyawan swasta yakni berjumlah 55 orang (55%), berikutnya dengan frekuensi 26 orang (26%) oleh BUMD, diikuti dengan Generasi milenial sebanyak 11 orang (11%), kemudian BUMN sebanyak 4 orang (4%) dan Bisnis Sendiri sebanyak 4 orang (4%) berdasarkan gambar diatas.

4.2.4 Responden berdasarkan tingkat pendapatan

Responden dibagi berdasarkan tingkat pendapatan yang responden dapatkan dalam satu bulan. Pengelompokan responden berdasarkan tingkat pendapatan dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.7

Responden berdasarkan tingkat pendapatan dalam satu bulan



Sumber : Kuesioner, data diolah

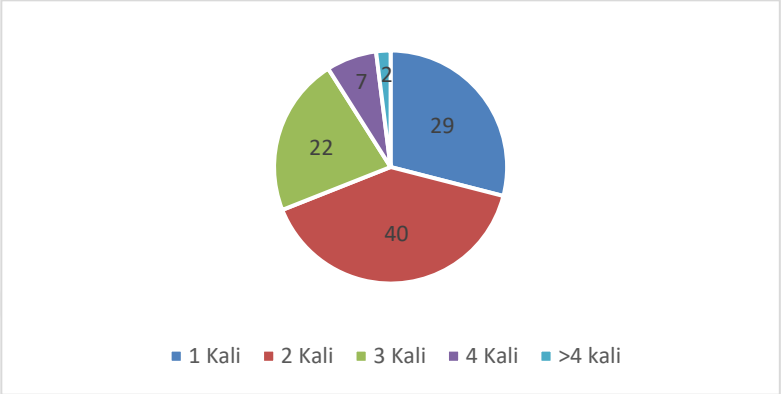
Pada gambar diatas menunjukan bahwa responden yang berpendapatan berjumlah kurang dari 2 juta dengan frekuensi sebanyak 5 orang (5%), lalu responden dengan tingkat pendapatan 2 - 3 juta sebanyak 9 orang (9%), kemudian responden dengan penghasilan 3 - 4 juta sebanyak 43 orang (43%), responden dengan penghasilan 4 - 5 juta sebanyak 21 orang (21%) dan yang terakhir responden yang memiliki penghasilan di atas 5 juta sebanyak 22 orang (22%). Dari data di peroleh bahwa pengunjung kafe di Kota Pekanbaru paling banyak adalah penghasilan 3 - 4 juta.

4.2.5 Responden berdasarkan kuantitas melakukan kegiatan berkumpul dalam per minggu

Pengelompokan responden dalam melakukan kegiatan berkumpul dalam per minggu. Hal ini dapat ditampilkan pada gambar berikut:

Gambar 4.8

Responden berdasarkan kuantitas melakukan kegiatan berkumpul dalam per minggu



Sumber : Kuesioner, data diolah

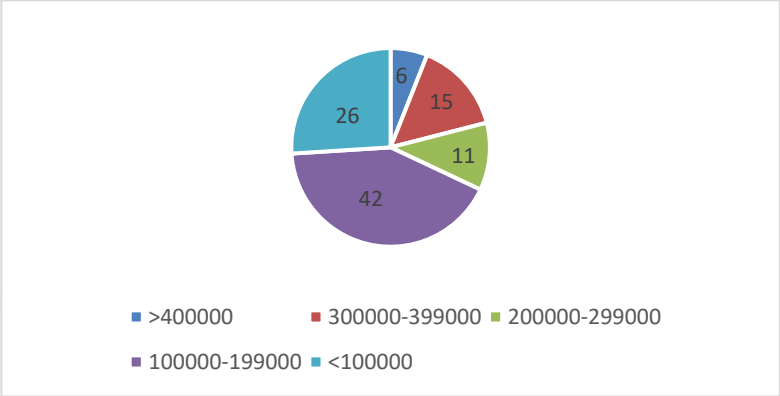
Berdasarkan gambar di atas kuantitas responden mengunjungi kafe di Kota Pekanbaru adalah 2 kali yaitu sebanyak 40 orang (40%), kemudian di ikuti dengan kuantitas rata-rata 1 kali dalam seminggu sebanyak 29 orang (29%). Kemudian sebanyak 22 orang (22%) datang berkunjung hanya 3 kali, selanjutnya 7 orang (7%) dikunjungi dengan kuantitas 4 kali, kemudian yang terakhir adalah lebih dari 4 kali di peroleh sebanyak 2 orang (2%). Dari data di atas maka dapat disimpulkan bahwa kuantitas paling banyak dikunjungi oleh keseluruhan responden adalah 2 kali sebanyak 40 orang responden.

4.2.6 Responden berdasarkan biaya yang digunakan per minggu saat kegiatan berkumpul

Pengelompokan responden berdasarkan biaya yang digunakan per minggu saat kegiatan berkumpul. Berikut gambar yang dapat dilihat berdasarkan biaya yang digunakan per minggu saat kegiatan berkumpul:

Gambar 4.10

Responden berdasarkan biaya yang digunakan per minggu saat kegiatan berkumpul



Sumber : Kuesioner, data diolah

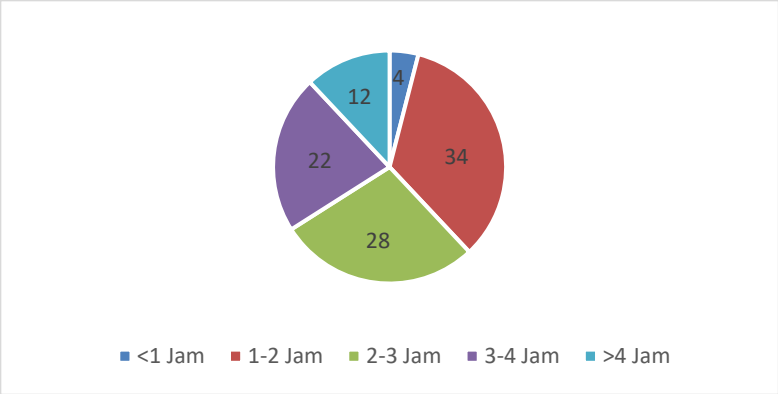
Menurut gambar diatas biaya yang paling banyak digunakan responden yakni berjumlah Rp. 100.000 hingga Rp. 199.000 per minggu dengan frekuensi sebanyak 42 orang (42%), kemudian biaya paling banyak kedua yakni berjumlah < Rp. 100.000 per minggu dengan jumlah 26 orang (26%), terus di urutan ketiga biaya yang digunakan berjumlah Rp. 300.000 hingga Rp. 399.000 dengan frekuensi 15 orang (15%), kemudian sebanyak 11 orang (11%) dengan biaya per minggu Rp. 200.000 - 399.000, kemudian yang terakhir biaya di atas Rp. 400.000 adalah sebanyak 6 orang. Maka dapat disimpulkan rata-rata yang dikeluarkan oleh pengunjung selama per minggu adalah Rp. 100.000-199.000.

4.2.7 Responden berdasarkan seberapa lama waktu yang digunakan untuk kegiatan berkumpul

Pengelompokan responden menjadi beberapa kategori seberapa lama waktu yang digunakan untuk kegiatan berkumpul. Dari gambar berikut dapat menunjukkan seberapa lama waktu yang digunakan untuk kegiatan berkumpul:

Gambar 4.11

Responden berdasarkan seberapa lama waktu yang digunakan untuk kegiatan berkumpul



Sumber : Kuesioner, data diolah

Dapat dilihat pada gambar di atas bahwa responden yang menjawab seberapa lama waktu yang digunakan untuk kegiatan berkumpul paling banyak yakni sekitar 1 sampai 2 jam dengan frekuensi sebanyak 34 orang (34%), kemudian responden yang menjawab 3 sampai 4 jam untuk melakukan aktivitas berkumpul sebanyak 28 orang (28%), lalu yang ketiga yaitu responden memilih 3 - 4 jam untuk melakukan aktivitas berkumpul sebanyak 22 orang (22%), kemudian responden memilih lebih dari 4 jam untuk melakukan aktivitas berkumpul sebanyak 12 orang (12%), dan yang terakhir responden memilih kurang dari 1 jam untuk melakukan aktivitas berkumpul sebanyak 4 orang (4%). Maka rata-rata lama waktu yang diperlukan untuk melakukan aktivitas berkumpul adalah 1 - 2 jam.

4.3 Uji Normalitas, Validitas dan Reliabilitas

2.3.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebagai pengujian tentang kenormalan distribusi data. Penggunaan uji normalitas adalah karena pada analisis statistik *parametric*, asumsi yang harus dimiliki oleh data bahwa data tersebut terdistribusi secara norma. Untuk mendapati bahwa data yang diperoleh normal atau tidak, dapat dibuktikan dari:

a. Nilai probabilitas atau signifikasi kurang dari 0,50, dapat dikatakan bahwa data terdistribusi secara tidak normal.
b. Nilai probabilitas atau signifikasi lebih dari 0,05, dapat dikatakan data

terdistribusi secara normal

Berikut hasil dari uji menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov:*

Tabel 4.2

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.60821615
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.043
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

Sumber : Kuesioner, data diolah

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal yang artinya hal tersebut sesuai dengan syarat pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-Smirnov merupakan pengujian normalitas yang mengikuti pada uji statistic non parametik komogorov-smirnov jika nilai Asump. Sig (2 tailed) kurang dari 0,05 pada data, hal ini dapat dikatakan bahwa data yang diuji sudah berdistribusi dengan normal.

2.3.2. Uji Validitas

Tabel 4.3

Uji Validitas

	Variabel	R. Hitung	Keterangan
Gaya Hidup	GH1	0.744	Valid
	GH2	0.651	Valid
	GH3	0.827	Valid
	GH4	0.764	Valid
Teknologi Digital	TD1	0.750	Valid
	TD2	0.823	Valid
	TD3	0.750	Valid
	TD4	0.636	Valid
Fasilitas Kafe	FK1	0.888	Valid
	FK2	0.874	Valid
	FK3	0.792	Valid
	FK4	0.795	Valid

Sumber : Kuesioner, data diolah

Berdasarkan hasil pengujian validitas untuk keseluruhan item yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang lebih besar yaitu R tabel dengan tingkat signifikan 5% maka diperoleh r tabel sebesar 0,1654. Nilai tersebut diperoleh dari 100-2 = 98. Maka dapat dikatakan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid atau setiap pertanyaan dalam kuisioner sudah memenuhi syarat dalam instrumen penelitian.

2.3.3. Uji Reliabilitas

Tabel 4.4

Uji Realibelitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Gaya Hidup	0.739	Realibel
Teknologi Digital	0.729	Realibel
Fasilitas Kafe	0.855	Realibel

Sumber : Kuesioner, data diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, maka didapati bahwa Cronbach's Alpha yaitu 0,953 lebih besar 0,7, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada penelitian ini merupakan reliabel.

4.4 Analisa Faktor

Pada dasarnya analisis komponen utama *Principle Component Analysis* (PCA) bertujuan menerangkan struktur varians-kovarians melalui kombinasi linear dari variabel-variabel. Secara umum analisis komponen utama bertujuan untuk mereduksi data dan menginterpretasikannya melalui penentuan variabel mana yang menjadi bagian dari faktor. Selanjutnya untuk menentukan variabel mana yang berkontribusi besar pada tiap komponen utama yang terbentuk, ditentukan berdasarkan nilai keeratan hubungan (*nilai loading*) yang dihasilkan antara variabel asal dengan komponen utama.

4.4.1 Keyser Meyer Olkin (KMO)

Nilai KMO dan Bartlett's diuji dan MSA dengan memasukkan 3 variabel yang terdiri dari 12 item yang diuji dan dimasukan ke analisis faktor dengan nilai MSA mesti di atas 0,5. Berikut merupakan tabel dari hasil KMO dan Bartlett's Test:

Tabel 4.5

Keyser Meyer Olkin and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.717
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	790.170
	Df	66

	Sig.	.000

Sumber : Kuesioner, data diolah

Berdasarkan dari tabel di atas dapat dilihat bahwa angka KMO dan Bartlett's Test adalah 0,717 dengan tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut dapat mencukupi syarat sampling yang diartikan sebagai dapat diteliti lebih lanjut sebab nilai KMO lebih besar dari 0,5.

4.4.2 Uji MSA *(Measure of Sampling Adequancy)*

Tujuan dilakukannya Uji MSA adalah untuk mengukur kecukupan sampling pada setiap indikator yang di pakai dalam setiap variabelnya. Kriterian dari uji MSA adalah jika nilai MSA lebih kecil dari 0,5 maka dapat disimpulkan data yang di peroleh tidak dapat dilanjutkan, sedangkan apabila nilai MSA lebih besar dari 0,5 maka dapat disimpulkan data dapat dilakukan pengujian lebih lanjut.

Tabel 4.6
Uji MSA

		GH1	GH2	GH3	GH4	TD1	TD2	TD3	TD4	FK1	FK2	FK3	FK4
Anti-image Correlation	GH1	.699[a]	-.213	-.252	-.354	-.280	-.025	.033	-.376	.301	-.273	.186	.192
	GH2	-.213	.743[a]	.034	.267	.328	-.382	.127	.068	-.345	.059	.043	-.417
	GH3	-.252	.034	.814[a]	-.251	.064	-.017	.083	-.102	.236	-.050	-.236	-.364
	GH4	-.354	.267	-.251	.641[a]	.307	-.227	-.137	.352	-.317	.251	-.072	-.318
	TD1	-.280	.328	.064	.307	.683[a]	-.648	.084	.121	-.301	-.054	-.079	-.086
	TD2	-.025	-.382	-.017	-.227	-.648	.705[a]	-.340	.053	.014	.187	-.262	.208
	TD3	.033	.127	.083	-.137	.084	-.340	.582[a]	-.611	-.099	-.475	.484	.148
	TD4	-.376	.068	-.102	.352	.121	.053	-.611	.596[a]	-.150	.353	-.136	-.320
	FK1	.301	-.345	.236	-.317	-.301	.014	-.099	-.150	.813[a]	-.269	-.299	-.105

FK2	-.273	.059	-.050	.251	-.054	.187	-.475	.353	-.269	.749[a]	-.362	-.425
FK3	.186	.043	-.236	-.072	-.079	-.262	.484	-.136	-.299	-.362	.739[a]	.142
FK4	.192	-.417	-.364	-.318	-.086	.208	.148	-.320	-.105	-.425	.142	.762[a]

Sumber : Kuesioner, data diolah

Dalam hasil pengolahan data yang dilakukan melalui pengujian MSA, maka dapat dilihat dalam tabel *anti image correlation* nilai dari setiap variabel yang ada dalam penelitian ini. Dimana GH adalah Gaya Hidup, TD adalah Teknologi Digital dan FK adalah Fasilitas Kafe. Ke tiga variabel ini diberikan jumlah indikator yang sama yang dibuat dalam 4 item pernyataan. Dalam tabel di atas dapat dilihat bahwa semua indikator yang ada yaitu 12 indikator memiliki nilai MSA lebih besar dari 0.05 dan dapat disimpulkan bahwa setiap item valid dan bisa dilanjutkan.

4.4.3 Principal Component Analysis *(PCA)*

Principal Component Analysis (PCA) dilakukan setelah semua item dapat dipastikan valid. Dalam tahap ini akan dilakukan proses ekstraksi melalui metode *varimax* atas sekumpulan variabel yang telah ada sampai terbuat satu atau beberapa faktor.

Table 4.7

***Principal Component Analysis* (PCA)**

	Initial	Extraction
GH1	1.000	.593
GH2	1.000	.528

GH3	1.000	.719
GH4	1.000	.524
TD1	1.000	.821
TD2	1.000	.802
TD3	1.000	.822
TD4	1.000	.780
FK1	1.000	.782
FK2	1.000	.674
FK3	1.000	.781
FK4	1.000	.811

Sumber : Kuesioner, data diolah

Pada ekstraksi ini, metode yang dipakai merupakan *principal component analysis (PCA)*. Dapat diambil kesimpulan bahwa nilai-nilai pada tabel *communalities* bahwa variabel yang ada dapat dipaparkan di faktor yang terbentuk, dapat dikatakan bertambah besar nilai dari *communalities* hingga bertambah kuat hubungan pada faktor yang terbentuk dan juga bertambah besar karakteristik variabel asal yang bisa diwakili oleh faktor terbentuk.

Pertama, pada variabel Gaya hidup pernyataan untuk nomor 1 bernilai sebanyak 0.593 maka maksudnya yaitu gaya hidup pernyataan pada nomor 1 yakni 'Kegiatan berkumpul di kafe merupakan bagian dari gaya hidup' bisa menjelaskan faktor sebanyak 59.3% dari seluruh faktor yang terbentuk. Gaya hidup nomor 2 bernilai sebanyak 0.528 maka maksudnya yaitu gaya hidup pernyataan pada nomor 2 yakni 'Media sosial merupakan akses informasi' bida menjelaskan faktor sebanyak 52.8% dari seluruh faktor yang terbentuk. Kemudian gaya hidup nomor 3 bernilai sebanyak 0.719 maka maksudnya yaitu gaya hidup pernyataan pada nomor 3 yakni 'Internet merupakan kebutuhan penting bagi saya' bisa menjelaskan faktor sebanyak 71.9% dari seluruh faktor

yang terbentuk. Pada variabel gaya hidup pernyataan pada nomor 4 yang bernilai sebanyak 0.524 maka maksudnya yaitu variabel gaya hidup pernyataan nomor 4 yakni 'WiFi adalah kebutuhan yang peting saat mengakses internet' bisa menjelaskan faktor sebanyak 52.4% dari seluruh faktor yang terbentuk.

Kedua, Pada variabel teknologi digital pernyataan pada nomor 1 yang bernilai sebanyak 0.821 maka maksudnya yaitu variabel teknologi digital pernyataan pada nomor 1 yakni 'Kegiatan berkumpul di kafe agar mendapatkan koneksi wifi yang cepat' bisa menjelaskan faktor sebanyak 82.1% dari seluruh faktor yang terbentuk. Pada variabel teknologi digital pernyataan pada nomor 2 yang bernilai sebanyak 0.802 maka maksudnya yaitu variabel teknologi digital pernyataan pada nomor 2 yakni 'Saya memakai koneksi wifi ketika di kafe untuk mengerjakan tugas atau pekerjaan dan bermain permain' bisa menjelaskan faktor sebesar 80.2% dari seluruh faktor yang terbentuk. Pada variabel teknologi digital pernyataan pada nomor 3 yang bernilai sebanya 0.822 maka maksudnya yaitu variabel teknologi digital pernyataan pada nomor 3 yakni 'Kecepatan jaringan adalah prioritas utama saat berkumpul' bisa menjelaskan faktor sebanyak 82,1% dari seluruh faktor yang terbentuk. Pada variabel teknologi digital pernyataan pada nomor 4 yang bernilai sebanyak 0.780 maka maksudnya yaitu variabel teknologi digital pernyataan pada nomor 4 yakni 'Saya memilih berkumpul di kafe yang memiliki fasilitas live music' bisa menjelaskan faktor sebanyak 78.0% dari seluruh faktor yang terbentuk.

Ketiga, Pada variabel fasilitas kafe pernyataan pada nomor 1 yang bernilai sebanyak 0.782 maka maksdunya yaitu variabel fasilitas kafe pernyataan pada nomor 1 yaitu 'Saya memilih berkumpul di kafe dikarenakan kafe menyediakan fasilitas untuk live streaming' bisa menjelaskan faktor sebanyak 78,2% dari seluruh faktor yang terbentuk. Pada variabel fasilitas kafe pernyataan pada nomor 2 yang bernilai sebesar 0.674 maka maksudnya yaitu variabel fasilitas kafe pernyataan pada nomor 2 yakni 'Saya memilih kafe dengan fasilitas lengkap seperti toilet bersih, pendingin ruangan dan musala merupakan pertimbangan yang penting' bisa menjelaskan faktor sebanyak yakni 67.4% dari seluruh faktor yang terbentuk. Pada variabel fasilitas kafe pernyaraan pada nomor 3 yang bernilai sebanyak 0.781 maka maksudnya yaitu variabel fasilitas kafe pernyaraan nomor 3 yakni 'Desain interior sangat penting dalam sebuah kafe' dapat menjelaskan faktor sebesar 78,1 % dari seluruh faktor yang terbentuk. Untuk variabel Fasilitas kafe pernyataan yang nomor 4 bernilai sebesar 0,811 yang artinya

variabel Fasilitas kafe pernyataan yang nomor 4 yaitu 'Saya memilih berkumpul di kafe yang memiliki desain interior yang unik dan bagus' dapat menjelaskan faktor sebesar 81,1 % dari seluruh faktor yang terbentuk.

4.4.4 Total Variance Explained

Jumlah faktor yang terbentuk merupakan hal yang menggambarkan pada tabel *Total Variance Explained*. Pada saat melihat faktor yang terbentuk kemudian diperhatikan nilai *Eigenvalue* mesti berada di atas 1, bila telah berada di bawah 1 artinya sudah tidak tepat. *Eigenvalue* menjelaskan kepentingan tiap faktor dalam menghitung varians dari total variabel yang telah ada.

Table 4.8

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.313	44.271	44.271	5.313	44.271	44.271
2	1.898	15.814	60.086	1.898	15.814	60.086
3	1.427	11.890	71.976	1.427	11.890	71.976
4	.918	7.652	79.628			
5	.565	4.708	84.336			
6	.550	4.581	88.917			
7	.401	3.344	92.262			
8	.300	2.503	94.765			
9	.254	2.119	96.883			
10	.164	1.366	98.250			

11	.110	.917	99.166			
12	.100	.834	100.000			

Sumber : Kuesioner, data diolah

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan 12 *(component)* yang digunakan ke ke dalam analisis faktor. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa ada 3 faktor yang terbentuk. Pada faktor 1 nilai total pada *Initial Eigenvalue* masih di atas satu, faktor 2 nilai total pada *Initial Eigenvalue* masih di atas satu, faktor 3 nilai total pada *Initial Eigenvalue* masih di atas satu, pada faktor 4 dan seterusnya *eigenvalue* di bawah satu, oleh karna itulah cuma terbentuk 3 faktor saja yakni pada faktor pertama berjumlah sebesar 5.313, lalu faktor kedua berjumlah sebesar 1,898 dan faktor ketiga berjumlah sebesar 1,427.

4.4.5 Faktor Loading

Berdasarkan hasil *total initial eigenvalue* menunjukkan terdapat 3 faktor yang terbentuk dalam kaitannya dengan minat beli konsumen. Namun, dari hasil pemetaan dengan *component matrix* terlihat bahwa seluruh variabel pada tiga faktor, berikut adalah hasilnya:

Table 4.9

component matrix

	Component		
	1	2	3
GH1	.599	.467	.126
GH2	.706	-.087	-.148
GH3	.627	.279	-.498
GH4	.596	.078	-.403
TD1	.609	-.472	.477
TD2	.681	-.363	.454

TD3	.519	.538	.513
TD4	.499	.663	.302
FK1	.820	-.328	.045
FK2	.818	-.024	-.067
FK3	.626	.601	-.168
FK4	.786	.189	-.396

Sumber : Kuesioner, data diolah

Setelah diketahui ketiga faktor tersebut merupakan yang paling optimal, maka tabel komponen matriks melihatkan 12 indikator pada ketiga faktor yang terbentuk. Sementara itu, angka yang ada pada tabel merupakan *factor loading* menampilkan besarnya korelasi pada suatu variabel dengan faktor 1, 2 dan 3. Korelasi untuk setiap baris merupakan proses cara penentuan variabel mana yang cocok untuk masuk ke faktor yang mana. *Factor loading* yang menggambarkan angka pada tabel *component matrix* merupakan besar korelasi dengan suatu variabel serta faktor yang ada. Sementara itu, *Componen Matrix* menggambarkan distribusi variabel yang ada dengan faktor yang terbentuk.

4.4.6 Rotated Component Matrix

Berdasarkan pada tabel di atas masing-masing faktor belum bisa diinterprestakikan secara jelas maka dibutuhkan rotasi dengan cara metode *varimax*. Rotasi varimax merupakan rotasi *orthogonal* yang membuat jumlah varian dari factor loading tiap faktor akan berubah menjadi maksimum, lalu perubahan factor loading akan mempunyai korelasi faktor penentu yang mendekati satu atau mempunyai korelasi yang mendekati nol maka hal tersebut belum berhasil pada tabel *component matrix* . Setelah diperoleh hasil dari tabel *component matrix*, maka dilakukan lagi rotasi faktor dengan metode *varimax* yang diperoleh dari tabel *Rotated Component Matrix* di bawah.

Table 4.10

Rotated Component Matrix

	Component		
	1	2	3
GH1			.657
GH2	.570		
GH3	.825		
GH4	.705		
TD1		.895	
TD2		.858	
TD3			.882
TD4			.856
FK1		.740	
FK2	.596		
FK3		.703	
FK4	.844		

Sumber : Kuesioner, data diolah

Tabel di atas adalah hasil dari proses rotasi *(rotated component matrix)*, dan hasil distribusinya lebih realistis dan jelas. Pengelompokan *rotated component*

matrix yang didasarkan pada nilai maksimum untuk setiap indikator dan komponennya. Ini termasuk:

a. Komponen (Faktor) 1 terdiri dari:
    1. Variabel Gaya hidup pada pernyataan nomor 3 yakni 'Internet merupakan kebutuhan penting bagi' (GH3) berjumlah (0,825)
    2. Variabel Gaya hidup pada pernyataan nomor 2 yakni 'Media sosial merupakan akses' (GH2) berjumlah (0,570)
    3. Variabel Gaya hidup pada pernyataan nomor 4 yakni 'WiFi adalah kebutuhan yang peting saat mengakses internet' (GH4) berjumlah (0,705)
    4. Variabel Fasilitas kafe pada pernyataan nomor 4 yakni 'Saya memilih berkumpul di kafe yang memiliki desain interior yang unik dan bagus' (FK4) berjumlah (0,844)
    5. Variabel Fasilitas kafe pada pernyataan nomor 2 yakni 'Saya memilih kafe dengan fasilitas lengkap seperti toilet bersih, pendingin ruangan dan musala merupakan pertimbangan yang penting' (FK2) berjumlah (0,596)
b. Komponen (Faktor) 2 terdiri dari:
    1. Variabel teknologi digital pada pertanyaan nomor 2 yakni 'menggunakan koneksi wifi di kafe untuk mengerjakan tugas/pekerjaan dan bermain permainan' (TD2) berjumlah (0,858)
    2. Variabel teknologi digital pada pertanyaan nomor 1 yakni 'kegiatan berkumpul di kafe karena mempunyai koneksi wifi yang cepat' (TD1) berjumlah (0,895)
    3. Variabel Fasilitas kafe pada pernyataan nomor 3 yakni 'Desain interior sangat penting dalam sebuah kafe' (FK3) berjumlah (0,703)
    4. Variabel Fasilitas kafe pada pernyataan nomor 1 yakni 'memutuskan memilih berkumpul di kafe karena menyediakan fasilitas live streaming' (FK1) berjumlah (0,740)

c. Komponen (Faktor) 3 terdiri dari:

1. Variabel teknologi digital pada pernyataan nomor 4 yakni 'memilih memutuskan berkumpul di kafe dengan fasilitas live music' (TD4) berjumlah (0,856)
2. Variabel Gaya hidup pada pernyataan nomor 1 yakni 'Kegiatan berkumpul di kafe merupakan gaya hidup' (GH1) berjumlah (0,657)
3. Variabel Teknologi Digital pertanyaan nomor 3 yaitu 'Kecepatan jaringan merupakan prioritas utama saya ketika berkumpul' (TD3) sebesar (0,882).

4.4.7 Component Transformation Matrix

Table 4.11

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3
1	**.673**	.620	.403
2	.149	**.647**	.748
3	-.724	.444	**.528**

Sumber : Kuesioner, data diolah

Menurut tabel diatas dapat diartikan bahwa pada diagonal fakotr 1 (0.673), faktor 2 (0.647) dan faktor 3 (0.528). Pada tabel tersebut menggambarkan bahwa pada component 1 nilai korelasi yang didapat adalah 0.673 > 0.5, component 2 yaitu korelasi 0.647 > 0.5 kemudian nilai korelasi 0.528>0.5 merupakan component 3. Dikarenakan semua component > 0,5, artinya ketiga faktor yang terbentuk dapat disebutkan tepat untuk merangkum pada 12 variabel yang ada.

4.4.8 Interpretasi Faktor

Setelah mellaui berbagai pengujian yang dilakukan di atas, maka selanjutnya akan dilakukan penginterpretasian terkait faktor-faktor apa saja yang di gunakan. Melalui tahap ini akan di peroleh variabel mana saja yang menjadi faktor pembentuknya. Adapun nama-nama variabel yang dipakai beserta penyebarannya pada faktor dari hasil pengujian adalah sebagai berikut:

Table 4.12

Interprestasi Faktor

	Factor	Pernyataan	Variance	Variabel
GH2	Faktor 1	Media sosial menjadi akses informasi saya	**5.313**	**Gaya Hidup**
GH3		Internet menjadi kebutuhan penting saya		
GH4		Wifi merupakan kebutuhan penting dalam mengakses internet		
FK2		Saya memilih kafe dengan fasilitas lengkap seperti pendingin ruangan, toilet bersih, dan musholla adalah pertimbangan penting		
FK4		Saya memilih berkumpul di kafe yang memiliki desain interior yang unik dan instagramable		
TD1	Faktor 2	Berkumpul di kafe karena memiliki koneksi wifi yang cepat	**1.898**	**Fasilitas Kafe**
TD2		Saya menggunakan jaringan wifi pada saat di kafe untuk mengerjakan tugas/pekerjaan dan bermain permainan		
FK1		Saya memilih berkumpul di kafe karena menyediakan fasilitas live streaming		
FK3		Desain interior merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah kafe		
GH1		Berkumpul di kafe merupakan gaya hidup saya	**1.427**	

TD3	Faktor 1	Kecepatan jaringan merupakan prioritas utama saya ketika berkumpul		**Teknologi Digital**
TD4		Saya memilih berkumpul di kafe dengan fasilitas live music		

Sumber : Kuesioner , data diolah

Interpretasi nama faktor berdasarkan pada variabel apa yang diwakilinya. Menentukan perilaku generasi milenial dalam kegiatan berkumpul dari 3 hal yaitu gaya hidup, teknologi digital dan fasilitas kafe.

Faktor 1 yang terdiri atas item GH2, GH3, GH4, FK2, dan FK4. Dapat disimpulkan dari item ini bahwa yang lebih menonjol atau dominan pada faktor 1 yakni terbentuk dari variabel gaya hidup.

Faktor 2 dilihat dari item TD1, TD2, FK1 dan FK3, dari item tersebut bisa diartikan teknologi digital lebih di dominasi pada faktor 2 dan juga Fasilitas Kafe, namun karena pada faktor 3 merupakan lebih di dominasi oleh Teknologi Digital, maka dalam kasus ini bisa dikatakan Faktor 2 mewakili fasilitas kafe mewakili.

Item yang terdiri dari GH1, TD3 dan TD4 merupakan faktor 3. Dari item tersebut bisa didefinisikan bahwa yang tergolong faktor 3 lebih menonjol atau didominasi dari variabel teknologi digital.

4.5 Pembahasan

Gaya hidup generasi milenial saat ini mengalami peralihan, menuju budaya konsumsi dan perlikau yang konsumtif. Saat ini, masyarakat Indonesia cenderung menjadi masyarakat yang konsumersime secara sadar ataupun tidak sadar. Berubahnya orientasi konsumsi yang bermula hanya karna kebutuhan hidup beralih menjadi gaya hidup, seperti kegiatan berkumpul di kafe.

Adapun faktor yang mempengaruh perilaku generasi milenial terhadap kegiatan berkumpul di kafe yakni gaya hidup, teknologi dan fasilitas kafe. Disetiap masing-masing variabel memiliki empat indikator. Berdasarkan hasil

pengolahan data analisis faktor bisa dilihat bahwa gaya hidup seseorang memiliki peran penting dalam menentukan atau memutuskan dalam memilih perilaku kegiatan berkumpul di kafe, Adapun media sosial dan pengguna internet sebagai indikator dalam gaya hidup. Dengan adanya perkembangan zaman saat ini, internet merupakan salah satu hal penting di dalam kehidupan keseharian mengingat informasi yang tidak terbatas dapat dipeoleh melalui akses dengan internet. Generasi Milenial saat ini hamper semua memiliki akun mendia sosial, hal ini terjadi karena akan lebih banyak dapat informasi dan juga dapat berinteraksi dengan orang lain tanpa batas.

Dalam melakukan aktivitas tersebut, kebanyakan dari genehrasi milenial akan memilih tempat yang dapat menunjang kenyamanan mereka. Salah satunya adalah fasilitas *Wifi*. Fasilitas wifi merupakan hal salah satu elemen yang harus di miliki oleh pemilik usaha saat ini, terutama tempang berkumpul generasi milenial. Menurut hasil jawaban responden yang telah di peroleh, disamping datang ke Kafe untuk kepentingan media sosial dan bertemu dengan teman atau rekan, banyak juga dari generasi milenial yang lebih memilih mengerjakan tugas-tugas atau project pekerjaan mereka di tempat nongkong, tentu hal ini harus di dukung oleh fasilitas yang mumpuni.

Fasilitas merupan hal yang vital dalam usaha kafe karena fasilitas akan menciptakan suasana yang nyaman, seperti desain interior maupun eksterior, suara gemuruh/tenang, musik, penerangan dan segala sesuatu yang akhirnya membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh pengunjung. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, saat ini terdapat bnayak usaha kafe yang telah beroperasi di Kota Pekanbaru. Banyaknya usaha kafe ini menunjukkan bahwa ada nya persaingan bisnis semakin bertambah, walaupun memakai jenis yang tidak begitu berbeda tapi mempunyai pelayanan dan harga yang beragam. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis harus mampu berinovasi dan perubahan agar dapat bersaing dari pelaku bisnis lainnya.

Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Faisal, 2019), dimana variabel gaya hidup menjadi faktor yang berpengaruh ketika menentukan generasi milenial yang membutuhkan koneksi WiFi gratis yang berkecepatan

tinggi dari kafe. Generasi milenial lebih minat ke tempat berkumpul yang mempunyai fasilitas live streaming. Menurut hasil data yang diperoleh bahwa responden lebih minat memilih kafe yang mempunyai desain interior yang unik dan bagus. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wahana, 2015) juga menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya tempat berkumpul, seperti fasilitas kafe dan tempat wisata dapat mempengaruhi gaya hidup generasi milenial, dimana gaya hidup yang dimiliki akan menjadi alat pertahanan diri generasi milenial dalam mengikuti perkembangan zaman. Penelitian yang dilakukan oleh (Sukatmadiredja, 2013) juga menunjukkan hal yang sama, dimana faktor yang paling menonjol dalam berkumpul di kafe, faktor yang paling berpengaruh terhadap kunjungan kafe tidak hanya penyediaan makanan dan minuman, tetapi juga fasilitas dan kenyamanan suatu tempat yang akan membuat pengunjung datang kembali.

Berdasarkan hasil dari analisis di atas maka dapat dikatakan bahwa perilaku kegiata berkumpul yang dimintai generasi milenial, bila bersungguh-sungguh dalam mengevaluasi maka bisa menjadikan suatu peluang kerja dan peluang usaha bagi masyarakat di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan hasil dari responden terhadap pemilik usaha yang beropini bahwa strategi pasar mereka yakni memberikan kebutuhan generasi saat ini seperti desain kafe yang unik dan bagus serta layanan akses wifi. Hal ini tentu di pengaruhi oleh banyaknya generasi milenial yang ingin mendapatkan suasana yang baru dan tidak membosankan. Melalui analisis inilah dapat dikatakan bahwasannya pembukaan usaha Kafe merupakan salah satu cara dalam penyerapan tenaga kerja di Pekanbaru Kota. Karena berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Penyerapan tenaga kerja pada keberadaan kafe di Kota Pekanbaru dari 5 sampel kafe yang diangkat, terdapat 12 orang karyawan yang diserap oleh Atlas Coffee and Bike. Kemudian juga Suar Coffee menyerap 11 karyawan, dilanjutkan oleh Sinar Coffee dengan 10 karyawan, Lakosa Coffee dengan 8 karyawan, dan yang terakhir adalah Titik Tumpu yang memiliki 4 karyawan. Tentu hal ini membuktikan bahwa setiap usaha kafe yang di buka dipastikan akan membutuhkan pekerja dan otomatis akan mempekerjakan orang dalam

mengelola usahanya. Hal ini merupakan suatu peluang yang besar dalam memberikan peluang kerja dan hal ini pada akhirnya akan bberdampak pada menurunnya tingkat pengangguran di kota ini.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Variabel gaya hidup berpengaruh signifikan ketika menentukan perilaku generasi milenial saat berkumpul di kafe, sedangkan indikator dalam gaya hidup meliputi penggunaan internet dan media sosial. Mengingat akses internet dan informasi yang tak terbatas, menjelaskan bahwa perkembangan zaman sekarang ini seiring dengan adanya perkembangan internet yang merupakan kebutuhan yang penting dalam kehidupan sehari-hari.
2. Teknologi Digital juga merupakan salah satu faktor dalam menentukan perilaku berkumpul di kafe. Kebanyakan dari generasi milenial akan memilih tempat yang dapat menunjang kenyamanan mereka. Salah satunya adalah fasilitas *Wifi*. Fasilitas wifi merupakan hal salah satu elemen yang harus di miliki oleh pemilik usaha saat ini, terutama tempang berkumpul generasi milenial.
3. Fasilitas merupan hal yang vital dalam usaha kafe karena fasilitas akan menciptakan suasana yang nyaman, seperti desain interior maupun eksterior, suara gemuruh/tenang, musik, penerangan dan segala sesuatu yang akhirnya membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh pengunjung.

5.2 Implikasi

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bukti empiris untuk menjelaskan pengaruh gaya hidup, teknologi digital dan fasilitas kafe. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lain pada subjek yang sama:faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial berkumpul di kafe Kota Pekanbaru.
2. Hasil penelitian ini akan membantu untuk menarik investor, terutama bagi perusahaan yang membuat keputusan kebijakan dalam hal strategi pemasaran yang baik untuk meningkatkan peluang usaha pada kafe secara tepat. Investor membutuhkan panduan dalam mengambil keputusan

investasi di sektor *Food and Beverages*. Pemerintah Kota Pekanbaru mendukung pengusaha kafe untuk mempromosikan ciri khas kopi di Kota Pekanbaru, yaitu kopi liberika.

Daftar Pustaka

Asnawi, N. (2017). Masyhuri. 2011. In *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (pp. 132–140). malang: UIN-Malang Press

Echdar, S. (2017). Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis. *Ghalia Indonesia, Bogor*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=aBDm5I4AAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=aBDm5I4AAAAJ:Tyk-4Ss8FVUC

Elwood Carlson. (2008). *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby*.

Faisal, M. (2019). PERILAKU HANGOUTGENERASI MILENIAL DALAM MEMBUKA PELUANG KERJA DI KOTA MEDAN. *Repository.Umsu.Ac.Id*, *3*, 1–9.

Hair, J. (1995). *et alii. Multivariate data analysis with readings*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. repo.unikadelasalle.ac.id. http://repo.unikadelasalle.ac.id/index.php?p=show_detail&id=6663&keywords=

Helmi, S, & Lutfi, M. (2012). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis, Edisi 3*. USU Press, Medan.

Helmi, Syafrizal. (2014). *Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. (Issue July).

Imam, G. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. *Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=kbmkIQQAAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=kbmkIQQAAAAJ:ZysSsiWj_g4C

Imam Gunawan. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. *PEDAGOGIA: Jurnal Pendidikan*, *2*(1), 59–70. http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/sls/article/viewFile/1380/1342%0Ahttp://mpsi.umm.ac.id/files/file/55-58 Berliana Henu Cahyani.pdf

Kuncoro, M. (2009). Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi, Edisi Ketiga. *Jakarta: PT*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=Afz8-kMAAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=Afz8-

kMAAAAJ:L_l9e5I586QC

Mankiw, N. G. (2013). *Pengantar Ekonomi Mikro Makro*. Yogyakarta: BPFE.

Rahardjo, M. D. (1984). *Transformasi Pertanian, Industrialisasi dan Kesempatan Kerja*. Penerbit Universitas Indonesia.

Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Statisfaction: PT Gramedia Pustaka Utama*. Jakarta.

Sadono, S. (2005). Mikroekonomi, Teori Pengantar, Edisi ketiga, Jakarta, PT. In *Raja Grafindo Persada*.

Simanjuntak, P. J. (1985). *Pengantar ekonomi sumber daya manusia*. Lembaga Penerbit Fakultas ….

Strauss, B., Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. William Morrow & Company.

Subri, M. (2003). Ekonomi Sumber Daya Manusia, PT. In *Raya Grafindo Persada, Jakarta*.

Sugiyono, H. (2016). Metode kualitatif dan kuantitatif. In *Cetakan Ke-23. Alfabeta, Bandung*.

Sukatmadiredja, N. R. (2013). Analisa Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan Warung Kopi Di Kecamatan Rungkut Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699. http://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/387

Suliyanto, D. S., & MM, D. (2005). Analisis Korelasi. *Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=H9VOaK8AAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=H9VOaK8AAAAJ:BrmTIyaxlBUC

Sumarsono, S. (2009). Ekonomi Sumber Daya Manusia Teori dan Kebijakan Publik. In *Jogyakarta: Graha Ilmu*.

Sunyoto, D. (2013). Perilaku konsumen. In *Yogyakarta: Caps*.

Sutisna, S. E. (2002). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. repository.unsimar.ac.id. https://repository.unsimar.ac.id/index.php?p=show_detail&id=404&keywords=

Tjiptono, F. (2008). Strategi pemasaran edisi iii. *Yogyakarta: Andi*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=fQLNcNUAAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=fQLNcNUAAAAJ:tSVUDDkujAIC

Wahana, H. D. (2015). PENGARUH NILAI-NILAI BUDAYA GENERASI MILLENNIAL DAN BUDAYA SEKOLAH TERHADAP KETAHANAN INDIVIDU (Studi Di SMA Negeri 39, Cijantung, Jakarta). *Jurnal Ketahanan Nasional*, *21*(1), 14. https://doi.org/10.22146/jkn.6890

LAMPIRAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Feren Dwi Shelty, Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakTaukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dengan judul "Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Minat Generasi Milenial Berkumpul di kafe Kota Pekanbaru". Bersama ini saya harapkan kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi sebagai responden pada penelitian yang saya lakukan. Seluruh identitas yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya.

Jika ada pertanyaan silakan menghubungi peneliti melalui email 18313261@students.uii.ac.id

Atas perhatian dan kerjasama nya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Salam Hormat,

Feren Dwi Shelty

I. IDENTITAS RESPONDE

1. Nama
2. Usia

II. IDENTITAS USAHA

1. Nama Usaha
2. Alamat Usaha
3. Jenis Usaha
4. Tahun Berdiri
5. Modal awal

6. Sumber Modal
7. Omset
8. Keuntungan
9. Total Karyawan
10. Upah Karyawan

III. IDENTITAS RESPONDEN

1. Apa alasan anda membuka usaha ini?
2. Mengapa anda memilih membuka usaha di wilayah ini?
3. Siapa sasaran atau target pasar usaha anda?
4. Bagaimana strategi anda lakukan untuk menarik konsumen?
5. Apakah usaha anda sudah terdaftar di instansi pemerintah?

IV. Indentitas Pribadi

a. Nama
b. Jenis Kelamin
c. Alamat

V. Data Responden

a. Tahun Kelahiran
b. Jenis Pekerjaan
c. Pendidikan Terakhir
d. Pendapatan perbulan

VI. Informasi Data Responden

a. Berapa rata-rata dalam seminggu melakukan kegiatan berkumpul?
b. Berapa lama waktu yang dihabiskan saat melakukan kegiata berkumpul?
c. Berapa banyak biaya yang dikeluarkan saat melakukan kegiatan berkumpul?

VII. Kuisioner Generasi Milenial

Keterangan: 1=Sangat Tidak setuju, 2= Tidak Setuju, 3=Setuju, dan 4=Sangat setuju.

1. Gaya Hidup

No	Pernyataan	1	2	3	4
1	Dapat mengakses informasi saya mengunakan sosial media				
2	Setiap Generasi Milenial memiliki sosial media				
3	Internet merupakan kebutuhan yang paling penting dalam hidup saya				
4	Koneksi *wifi* yang cepat itu penting dalam mengakses internet				

2. Fasilitas Teknologi Digital

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya memilih *Hangout* di kafe yang memiliki koneksi *wifi* yang cepat					
2	Memanfaatkan koneksi *wifi* kafe untuk menyelesaikan tugas / pekerjaan dan bermain game bersama teman					
3	Saya memilih hangout dikafe yang menyediakan fasilitas *live streaming*					
4	Memilih menonton bola (*sport*) bareng secara streaming di kafe dari pada nonton bola di rumah					

3. Fasilitas Kafe

No	Perayataan	1	2	3	4	5
1	Memilih *Hangout* di kafe yang memiliki desain interior yang unik dan instagramable					
2	Desain interior sangat penting dalam sebuah kafe					
3	Memilih hangout dikafe yang menyediakan fasilitas *live music* untuk menghibur pengunjung					

4	Fasilitas kafe yang lengkap seperti pendingin ruangan, toilet bersih dan mushollah itu sangat pentin					

C	Kuantitas	Wak	Biaya	**Info**	GH1	GH2	GH3	GH4	**GH**	D1	D2	D3	D4	**TD**	FK1	FK2	FK3	FK4	**FK**
3	3	5	3	**14**	1	1	1	3	**6**	2	1	1	5	**9**	3	5	3	3	**14**
5	5	3	3	**16**	3	5	5	5	**18**	5	5	1	5	**16**	5	5	5	5	**20**
5	3	5	5	**18**	4	5	5	4	**18**	5	4	4	4	**17**	5	5	4	5	**19**
5	3	5	3	**16**	1	1	3	3	**8**	1	5	1	5	**12**	5	5	3	5	**18**
2	5	2	5	**14**	3	4	1	1	**9**	5	3	5	5	**18**	4	4	2	3	**13**
1	2	1	1	**5**	1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**	2	1	2	1	**6**
3	4	2	3	**12**	4	4	3	3	**14**	4	4	4	4	**16**	3	2	3	4	**12**
3	1	1	1	**6**	4	4	1	2	**11**	2	2	4	1	**9**	1	3	1	1	**6**
1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**
2	3	5	3	**13**	1	1	1	3	**6**	5	5	5	5	**20**	3	5	5	5	**18**
3	3	5	5	**16**	3	5	3	3	**14**	2	3	3	5	**13**	5	5	5	5	**20**
5	5	4	5	**19**	2	3	2	2	**9**	4	4	3	5	**16**	5	3	5	5	**18**
5	5	5	3	**18**	5	3	3	5	**16**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	4	**19**
1	3	4	5	**13**	1	1	2	1	**5**	4	5	5	5	**19**	3	4	3	2	**12**
3	5	5	5	**18**	5	5	2	2	**14**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	5	**20**
5	1	5	5	**16**	5	5	2	2	**14**	5	5	5	5	**20**	1	1	5	5	**12**
5	5	5	2	**17**	2	4	3	3	**12**	3	5	5	5	**18**	4	4	4	5	**17**
3	3	3	3	**12**	2	3	2	1	**8**	3	4	4	3	**14**	3	3	3	3	**12**
2	5	5	3	**15**	4	5	2	3	**14**	5	5	5	5	**20**	5	5	4	5	**19**
5	5	5	2	**17**	3	3	3	3	**12**	4	3	4	5	**16**	5	5	5	5	**20**
5	5	5	5	**20**	4	4	2	1	**11**	5	5	4	4	**18**	5	5	5	5	**20**
1	5	5	1	**12**	5	5	2	1	**13**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	1	**16**
2	3	1	2	**8**	3	2	5	3	**13**	5	5	1	5	**16**	4	4	5	5	**18**
2	5	3	3	**13**	2	5	2	2	**11**	5	3	4	3	**15**	5	5	3	3	**16**
5	5	5	5	**20**	3	5	5	5	**18**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	5	**20**

3	3	3	2	**11**	5	5	4	2	**16**	5	5	5	4	**19**	5	5	4	4	**18**
3	2	2	2	**9**	3	3	2	1	**9**	2	2	1	1	**6**	3	4	2	3	**12**
3	4	2	3	**12**	4	4	3	3	**14**	4	4	4	4	**16**	4	4	4	4	**16**
3	5	1	1	**10**	4	4	1	2	**11**	5	5	5	5	**20**	5	3	5	5	**18**
5	5	5	5	**20**	5	5	1	1	**12**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	5	**20**
3	3	5	3	**14**	1	1	1	3	**6**	2	1	1	5	**9**	3	5	3	3	**14**
5	5	3	3	**16**	3	5	5	5	**18**	5	5	1	5	**16**	5	5	5	5	**20**
5	3	5	5	**18**	4	5	5	4	**18**	5	4	4	4	**17**	5	5	4	5	**19**
5	3	5	3	**16**	1	1	3	3	**8**	1	5	1	5	**12**	5	5	3	5	**18**
2	5	2	5	**14**	3	4	1	1	**9**	5	3	5	5	**18**	4	4	2	3	**13**
1	2	1	1	**5**	1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**	2	1	2	1	**6**
3	4	2	3	**12**	4	4	3	3	**14**	4	4	4	4	**16**	3	2	3	4	**12**
3	1	1	1	**6**	4	4	1	2	**11**	2	2	4	1	**9**	1	3	1	1	**6**
1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**
2	3	5	3	**13**	1	1	1	3	**6**	5	5	5	5	**20**	3	5	5	5	**18**
3	3	5	5	**16**	3	5	3	3	**14**	2	3	3	5	**13**	5	5	5	5	**20**
5	5	4	5	**19**	2	3	2	2	**9**	4	4	3	5	**16**	5	3	5	5	**18**
5	5	5	3	**18**	5	3	3	5	**16**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	4	**19**
1	3	4	5	**13**	1	1	2	1	**5**	4	5	5	5	**19**	3	4	3	2	**12**
3	5	5	5	**18**	5	5	2	2	**14**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	5	**20**
5	1	5	5	**16**	5	5	2	2	**14**	5	5	5	5	**20**	1	1	5	5	**12**
5	5	5	2	**17**	2	4	3	3	**12**	3	5	5	5	**18**	4	4	4	5	**17**
3	3	3	3	**12**	2	3	2	1	**8**	3	4	4	3	**14**	3	3	3	3	**12**

2	5	5	3	**15**	4	5	2	3	**14**	5	5	5	5	**20**	5	5	4	5	**19**
5	5	5	2	**17**	3	3	3	3	**12**	4	3	4	5	**16**	5	5	5	5	**20**
5	5	5	5	**20**	4	4	2	1	**11**	5	5	4	4	**18**	5	5	5	5	**20**
1	5	5	1	**12**	5	5	2	1	**13**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	1	**16**
2	3	1	2	**8**	3	2	5	3	**13**	5	5	1	5	**16**	4	4	5	5	**18**
2	5	3	3	**13**	2	5	2	2	**11**	5	3	4	3	**15**	5	5	3	3	**16**
5	5	5	5	**20**	3	5	5	5	**18**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	5	**20**
3	3	3	2	**11**	5	5	4	2	**16**	5	5	5	4	**19**	5	5	4	4	**18**
3	2	2	2	**9**	3	3	2	1	**9**	2	2	1	1	**6**	3	4	2	3	**12**
3	4	2	3	**12**	4	4	3	3	**14**	4	4	4	4	**16**	4	4	4	4	**16**
3	5	1	1	**10**	4	4	1	2	**11**	5	5	5	5	**20**	5	3	5	5	**18**
5	5	5	5	**20**	5	5	1	1	**12**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	5	**20**
3	3	5	3	**14**	1	1	1	3	**6**	2	1	1	5	**9**	3	5	3	3	**14**
5	5	3	3	**16**	3	5	5	5	**18**	5	5	1	5	**16**	5	5	5	5	**20**
5	3	5	5	**18**	4	5	5	4	**18**	5	4	4	4	**17**	5	5	4	5	**19**
5	3	5	3	**16**	1	1	3	3	**8**	1	5	1	5	**12**	5	5	3	5	**18**
2	5	2	5	**14**	3	4	1	1	**9**	5	3	5	5	**18**	4	4	2	3	**13**
1	2	1	1	**5**	1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**	2	1	2	1	**6**
3	4	2	3	**12**	4	4	3	3	**14**	4	4	4	4	**16**	3	2	3	4	**12**
3	1	1	1	**6**	4	4	1	2	**11**	2	2	4	1	**9**	1	3	1	1	**6**
1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**
2	3	5	3	**13**	1	1	1	3	**6**	5	5	5	5	**20**	3	5	5	5	**18**
3	3	5	5	**16**	3	5	3	3	**14**	2	3	3	5	**13**	5	5	5	5	**20**

5	5	4	5	**19**	2	3	2	2	**9**	4	4	3	5	**16**	5	3	5	5	**18**
5	5	5	3	**18**	5	3	3	5	**16**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	4	**19**
1	3	4	5	**13**	1	1	2	1	**5**	4	5	5	5	**19**	3	4	3	2	**12**
3	5	5	5	**18**	5	5	2	2	**14**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	5	**20**
5	1	5	5	**16**	5	5	2	2	**14**	5	5	5	5	**20**	1	1	5	5	**12**
5	5	5	2	**17**	2	4	3	3	**12**	3	5	5	5	**18**	4	4	4	5	**17**
3	3	3	3	**12**	2	3	2	1	**8**	3	4	4	3	**14**	3	3	3	3	**12**
2	5	5	3	**15**	4	5	2	3	**14**	5	5	5	5	**20**	5	5	4	5	**19**
5	5	5	2	**17**	3	3	3	3	**12**	4	3	4	5	**16**	5	5	5	5	**20**
5	5	5	5	**20**	4	4	2	1	**11**	5	5	4	4	**18**	5	5	5	5	**20**
1	5	5	1	**12**	5	5	2	1	**13**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	1	**16**
2	3	1	2	**8**	3	2	5	3	**13**	5	5	1	5	**16**	4	4	5	5	**18**
2	5	3	3	**13**	2	5	2	2	**11**	5	3	4	3	**15**	5	5	3	3	**16**
5	5	5	5	**20**	3	5	5	5	**18**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	5	**20**
3	3	3	2	**11**	5	5	4	2	**16**	5	5	5	4	**19**	5	5	4	4	**18**
3	2	2	2	**9**	3	3	2	1	**9**	2	2	1	1	**6**	3	4	2	3	**12**
3	4	2	3	**12**	4	4	3	3	**14**	4	4	4	4	**16**	4	4	4	4	**16**
3	5	1	1	**10**	4	4	1	2	**11**	5	5	5	5	**20**	5	3	5	5	**18**
5	5	5	5	**20**	5	5	1	1	**12**	5	5	5	5	**20**	5	5	5	5	**20**
3	3	5	3	**14**	1	1	1	3	**6**	2	1	1	5	**9**	3	5	3	3	**14**
5	5	3	3	**16**	3	5	5	5	**18**	5	5	1	5	**16**	5	5	5	5	**20**
5	3	5	5	**18**	4	5	5	4	**18**	5	4	4	4	**17**	5	5	4	5	**19**

5	3	5	3	**16**	1	1	3	3	**8**	1	5	1	5	**12**	5	5	3	5	**18**
2	5	2	5	**14**	3	4	1	1	**9**	5	3	5	5	**18**	4	4	2	3	**13**
1	2	1	1	**5**	1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**	2	1	2	1	**6**
3	4	2	3	**12**	4	4	3	3	**14**	4	4	4	4	**16**	3	2	3	4	**12**
3	1	1	1	**6**	4	4	1	2	**11**	2	2	4	1	**9**	1	3	1	1	**6**
1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**	1	1	1	1	**4**
2	3	5	3	**13**	1	1	1	3	**6**	5	5	5	5	**20**	3	5	5	5	**18**

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.60821615
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.043
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
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.

Tabel 4.3

Uji Validitas Gaya Hidup

Correlations

		GH1	GH2	GH3	GH4	Gaya Hidup
GH1	Pearson Correlation	1	.311**	.504**	.414**	.744**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

GH2	Pearson Correlation	.311**	1	.371**	.310**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100
GH3	Pearson Correlation	.504**	.371**	1	.553**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
GH4	Pearson Correlation	.414**	.310**	.553**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Gaya Hidup	Pearson Correlation	.744**	.651**	.827**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Kuesioner, data diolah

Tabel 4.4

Rekapitulasi Uji Validitas Gaya Hidup

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0, 744	0,1654	Valid
P2	0,651	0,1654	Valid
P3	0,827	0,1654	Valid
P4	0.764	0,1654	Valid

Sumber : Kuesioner, data diolah

Tabel 4.5

Uji Validitas Teknologi Digital

Correlations

		TD1	TD2	TD3	TD4	Teknologi Digital
TD1	Pearson Correlation	1	.792**	.237*	.104	.750**
	Sig. (2-tailed)		.000	.018	.303	.000
	N	100	100	100	100	100
TD2	Pearson Correlation	.792**	1	.361**	.195	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.052	.000
	N	100	100	100	100	100
TD3	Pearson Correlation	.237*	.361**	1	.705**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
TD4	Pearson Correlation	.104	.195	.705**	1	.636**
	Sig. (2-tailed)	.303	.052	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Teknologi Digital	Pearson Correlation	.750**	.823**	.750**	.636**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Kuesioner, data diolah

Tabel 4.6

Rekapitulasi Uji Validitas Teknologi Digital

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0, 750	0,1654	Valid
P2	0,823	0,1654	Valid
P3	0,750	0,1654	Valid
P4	0.636	0,1654	Valid

Sumber : Kuesioner, data diolah

c. Uji Validitas Fasilitas Kafe

Hasil dari uji validitias untuk setiap item pertanyaan Fasilitas Kafe ditampilkan dalam Tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7

Uji Validitas Fasilitas Kafe

Correlations

		FK1	FK2	FK3	FK4	Fasilitas Kafe
FK1	Pearson Correlation	1	.705**	.665**	.600**	.888**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
FK2	Pearson Correlation	.705**	1	.542**	.706**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
FK3	Pearson Correlation	.665**	.542**	1	.394**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100

FK4	Pearson Correlation	.600**	.706**	.394**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Fasilitas Kafe	Pearson Correlation	.888**	.874**	.792**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Kuesioner, data diolah

Tabel 4.8

Rekapitulasi Uji Validitas Fasilitas Kafe

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0, 888	0,1654	Valid
P2	0,874	0,1654	Valid
P3	0,792	0,1654	Valid
P4	0.795	0,1654	Valid

Sumber : Kuesioner, data diolah

Table 4.20

Interprestasi Faktor

	Factor	Pernyataan	Variance	Variabel
GH2	Faktor 1	Media sosial menjadi akses informasi saya	**5.313**	**Gaya Hidup**
GH3		Internet menjadi kebutuhan penting saya		
GH4		Wifi merupakan kebutuhan penting dalam mengakses internet		
FK2		Saya memilih kafe dengan fasilitas lengkap		

		seperti pendingin ruangan, toilet bersih, dan musholla adalah pertimbangan penting		
FK4		Saya memilih berkumpul di kafe yang memiliki desain interior yang unik dan instagramable		
TD1	Faktor 2	Berkumpul di kafe karena memiliki koneksi wifi yang cepat	**1.898**	**Fasilitas Kafe**
TD2		Saya menggunakan jaringan wifi pada saat di kafe untuk mengerjakan tugas/pekerjaan dan bermain permainan		
FK1		Saya memilih berkumpul di kafe karena menyediakan fasilitas live streaming		
FK3		Desain interior merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah kafe		
GH1	Faktor 1	Berkumpul di kafe merupakan gaya hidup saya	**1.427**	**Teknologi Digital**
TD3		Kecepatan jaringan merupakan prioritas utama saya ketika berkumpul		
TD4		Saya memilih berkumpul di kafe dengan fasilitas live music		