



Pengaruh Gaya Hidup, *Trend*, Dan *Customer Accounting* Terhadap Perputaran Bisnis *Coffee Shop* Di Kota Palembang

Noviana Saputri¹

¹ Universitas Katolik Misi Charitas Palembang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Gaya Hidup, *Trend*, dan *Customer Accounting* terhadap Perputaran bisnis *Coffee Shop* di Kota Palembang ditengah maraknya pembukaan *Coffee Shop* di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel bebas terdiri dari Gaya Hidup (X1), *Trend* (X2), dan *Customer Accounting* (X3) serta variabel terikat yaitu Perputaran Bisnis (Y). Seluruh variabel yang ada akan diukur menggunakan skala likert. Metode penentuan sampel menggunakan *Convenience Sampling* sehingga sampel yang digunakan berjumlah 40 *Coffee Shop* yang ada di Kota Palembang. Teknik analisis data yang digunakan adalah model regresi berganda menggunakan uji t (signifikansi parsial) SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara analisis regresi berganda variabel *Trend* berpengaruh terhadap Perputaran Bisnis *coffee shop* di Kota Palembang, lalu untuk Gaya Hidup dan *Customer Accounting* tidak berpengaruh terhadap Perputaran Bisnis *Coffee Shop* di Kota Palembang.

Kata Kunci: Gaya Hidup, *Trend*, *Customer Accounting*, Perputaran Bisnis *Coffee Shop*.

Abstract

This study aims to determine the influence of Lifestyle, Trend, and Customer Accounting on Coffee Shop business turnover in Palembang City amidst the rise of Coffee Shop openings in Palembang City. This study uses a quantitative approach. The independent variables consist of Lifestyle (X1), Trend (X2), and Customer Accounting (X3) and the dependent variable is Business Turnover (Y). All existing variables will be measured using a Likert scale. The sample determination method uses convenience sampling so that the sample used is 40 coffee shops in the city of Palembang. The data analysis technique used is the multiple regression model using the t test (partial significance) SPSS version 22. The results of this study indicate that in multiple regression analysis the Trend variable has an effect on coffee shop business turnover in Palembang City, then for Lifestyle and Customer Accounting it has no effect on Coffee Shop Business Turnover in Palembang City.

Keywords: *Lifestyle, Trend, Customer Accounting, Coffee Shop Business Turnover.*

PENDAHULUAN

Perputaran bisnis atau yang biasa dikenal dengan sebutan *business turnover* adalah ukuran seberapa sering sebuah bisnis melakukan transaksi atau penjualan produk atau jasa dan menghasilkan pendapatan dalam periode waktu tertentu. Berbisnis merupakan salah satu komponen penting dalam ekonomi sebuah negara, tanpa adanya bisnis sangat besar kemungkinan perputaran ekonomi akan terhenti (Solicha, 2021). Banyak faktor yang mungkin memengaruhi perputaran bisnis itu sendiri di antaranya gaya hidup, *trend*, dan juga dapat diasumsikan bahwa *customer accounting* menjadi faktor yang memengaruhi perputaran suatu bisnis.

Gaya hidup merupakan salah satu bagian dari segmentasi psikografis. Gaya hidup konsumen merupakan sasaran penting yang harus dipertimbangkan oleh produsen (Yulianti *et al*, 2018). Gaya hidup masyarakat kota yang cenderung *hangout* dengan teman atau keluarga, baik untuk memenuhi kebutuhan perut, mengadakan pertemuan bisnis atau sekedar nongkrong, memicu ide-ide kreatif para pebisnis *coffee shop* untuk menarik perhatian dan minat konsumen dengan banyaknya *grand opening coffee shop* (Zahroh *et al*, 2020). Hal ini didasari dengan banyaknya anak muda zaman sekarang yang gaya hidupnya sering mengikuti *trend – trend* yang ada untuk mengikuti perkembangan zaman.

Menurut Maryati (2010) *trend* adalah suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang, yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu. Rata-rata perubahan tersebut bisa bertambah bisa berkurang. Penting bagi pebisnis untuk memahami tren terbaru di industri mereka agar dapat mengikuti perubahan yang terjadi dan tetap relevan di mata konsumen. Maka dari itu seorang pebisnis harus dapat memahami dan menganalisis gaya hidup konsumennya dan tren yang sedang terjadi dengan menerapkan strategi bisnis yang tepat. Salah satu strategi bisnis yang dapat dilakukan oleh pebisnis yaitu dengan menerapkan *customer accounting* pada bisnisnya.

Customer accounting menjadi bagian dari informasi akuntansi yang dapat memfasilitasi pengembangan dan penerapan strategi bisnis (Al-Mawali & Lam, 2016). Penting bagi pebisnis untuk menerapkan *customer accounting* didalam bisnisnya agar dapat menerapkan strategi untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumennya. Oleh karena itu, para pemilik usaha *Coffee shop* harus mampu menganalisis keinginan dan permintaan pelanggan agar mampu melakukan perputaran bisnis *Coffee shop*-nya dengan baik.

Karena maraknya pembukaan *coffee shop* di Kota Palembang dan membentuk hal tersebut menjadi suatu fenomena. Penelitian ini akan dilakukan pada *coffee shop* yang ada di Kota Palembang dengan sampel *coffee shop* yang ada di bagian hilir Kota Palembang. Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh gaya hidup, *trend*, dan *customer accounting* terhadap perputaran bisnis *coffee shop* di kota Palembang. Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang pengaruh gaya hidup, *trend*, dan *customer accounting* terhadap perputaran bisnis *coffee shop* di kota Palembang. Penelitian ini menarik untuk dilakukan dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup, *Trend*, dan *Customer Accounting* Terhadap Perputaran Bisnis *Coffee Shop* di Kota Palembang".

KAJIAN PUSTAKA

A. Perputaran Bisnis

Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan harus bertindak lebih kreatif dan inovatif serta mampu untuk melakukan penyesuaian terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dimasa yang akan datang seperti perubahan perekonomian nasional, kondisi konsumen, dan kemampuan untuk meningkatkan profitabilitas (Nurafika, 2018). Menurut Fahmi, (2014) semakin baik rasio profitabilitas, hal ini dapat menggambarkan tingginya kinerja atau kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Untuk memperoleh profitabilitas yang tinggi sebuah perusahaan harus memperhatikan faktor apa saja yang dapat memengaruhinya, diantaranya yaitu perputaran kas, perputaran piutang, perputaran persediaan (Nurafika, 2018).

B. Gaya Hidup

Menurut Setiadi (2010) gaya hidup secara luas adalah cara hidup yang diidentifikasi dengan bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya (pendapat). Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lainnya, bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat akan berubah (Habibi, 2014).

C. *Trend*

Menurut Kotler dan Armstrong (2010), mengartikan tren sebagai kecenderungan umum dari berbagai faktor sosial, ekonomi, politik, teknologi, dan budaya yang dapat memengaruhi kehidupan manusia dalam jangka waktu yang panjang. Stanton (1978), mendefinisikan tren sebagai suatu arah atau kecenderungan perubahan yang terjadi secara lambat dan bertahan dalam jangka waktu yang lama, serta memiliki dampak yang signifikan pada perilaku konsumen.

D. *Customer Accounting*

Customer accounting mencakup semua praktik akuntansi dalam hubungannya dengan *profit*, penjualan, dan present value dari pendapatan yang berhubungan dengan tiap konsumen atau kelompok konsumen (Guilding, 2002). Informasi akuntansi yang dihasilkan *customer accounting* berperan dalam proses pengambilan keputusan seperti perencanaan, tata kelola, pengarahan dan pengendalian organisasi (Hamzah, 2016) dimana keputusan tersebut pada akhirnya untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Suriyanti & Aristi, 2020).

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif berupa survei (kuesioner). Dalam hal ini penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel terikat yaitu Perputaran Bisnis dengan variabel bebas yaitu Gaya Hidup, *Trend*, dan *Customer Accounting*. Jenis penelitian ini relevan untuk menjawab tujuan penelitian karena dengan penelitian kuantitatif penelitian ini bisa mendapatkan data yang lebih relevan.

B. Definisi dan Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini, terdapat empat variabel yang diteliti yaitu Gaya Hidup sebagai variabel bebas (X_1), *Trend* sebagai variabel bebas (X_2), *Customer Accounting* sebagai variabel bebas (X_3) dan Perputaran Bisnis *Coffee Shop* di Kota Palembang sebagai variabel terikat (Y).

1. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari :

a. Gaya Hidup

Menurut Setiadi (2010) gaya hidup secara luas adalah cara hidup yang diidentifikasi dengan bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya (pendapat). Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lainnya, bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat akan berubah. Menurut Sunarto dalam Silvy (2009), indikator gaya hidup meliputi aktivitas (*activity*), minat (*interest*), dan opini (*opinion*).

b. *Trend*

Menurut Kotler dan Armstrong (2010), mengartikan tren sebagai kecenderungan umum dari berbagai faktor sosial, ekonomi, politik, teknologi, dan budaya yang dapat memengaruhi kehidupan manusia dalam jangka waktu yang panjang. Stanton, (1978), mendefinisikan *trend* sebagai suatu arah atau kecenderungan perubahan yang terjadi secara lambat dan bertahan dalam jangka waktu yang lama, serta memiliki dampak yang

signifikan pada perilaku konsumen. Menurut Poston (2006), indikator *trend* meliputi media sosial, konsumsi budaya, opini publik, perubahan demografis, teknologi dan inovasi, serta gerakan sosial.

c. Customer Accounting

Customer accounting mencakup semua praktik akuntansi dalam hubungannya dengan *profit*, penjualan, dan *present value* dari pendapatan yang berhubungan dengan tiap konsumen atau kelompok konsumen (Guilding, 2002). Menurut Kotler, P., & Armstrong, G. (2016), indikator *Customer Accounting* meliputi *Customer Acquisition Cost* (CAC) (Biaya Perolehan Pelanggan), *Customer Lifetime Value* (CLV) (Nilai Pelanggan Seumur Hidup), *Customer Churn Rate* (CCR) (Tingkat Kehilangan Pelanggan), *Customer Satisfaction Score* (CSS) (Skor Kepuasan Pelanggan), dan *Customer Retention Rate* (CRR) (Tingkat Retensi Pelanggan).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini terdiri dari :

a. Perputaran Bisnis

Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan untuk lebih bertindak kreatif dan inovatif serta mampu untuk melakukan penyesuaian terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dimasa yang akan datang seperti perubahan perekonomian nasional, kondisi konsumen, kemampuan untuk meningkatkan profitabilitas. Untuk memperoleh profitabilitas yang tinggi sebuah perusahaan harus memperhatikan faktor apa saja yang dapat memengaruhinya, diantaranya yaitu perputaran kas, perputaran piutang, perputaran persediaan. Menurut Titman, S., & Wessels, R (1998), indikator perputaran bisnis meliputi rasio omzet, rasio perputaran persediaan, rasio perputaran piutang, rasio perputaran piutang, rasio perputaran utang, dan rasio perputaran aset.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah *coffee shop* yang ada di Kota Palembang berjumlah 40 *coffee shop*. Alasan pengambilan populasi ini dikarenakan maraknya pembukaan *coffee shop* di Kota Palembang dan membentuk hal tersebut menjadi suatu fenomena.

b. Sampel

Sampel yang diambil dari populasi adalah *coffee shop* yang ada di bagian hilir. Alasan pengambilan sampel hanya *coffee shop* yang ada di bagian hilir dikarenakan adanya keterbatasan penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *convenience sampling*. Alasan penggunaan teknik *convenience sampling* ini dikarenakan keterbatasan untuk menjangkau objek penelitian (*coffee shop*) sehingga sampel yang diambil yaitu dengan memilih *coffee shop* yang mudah dijangkau dan siap untuk dijadikan responden.

c. Jenis Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Alasan penggunaan jenis data primer dalam penelitian ini dikarenakan data yang diambil diperoleh melalui hasil pengisian kuesioner secara langsung oleh responden melalui media *google form*. Data akan dikumpulkan melalui survei dengan kuesioner yang dibagikan kepada responden (pemilik) *coffee shop* di Kota Palembang.

d. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Alasan digunakan kuesioner dalam proses pengambilan data dikarenakan data yang di dapat berasal dari tangan pertama. Pengukuran variabel dalam penelitian ini akan menggunakan skala Likert dikarenakan skala Likert memberikan kemudahan dalam memberikan pertanyaan yang bisa dipahami oleh responden, salah satunya adalah dalam pemberian skor dari yang tertinggi hingga terendah. Jawaban atas berbagai pertanyaan akan dibuat dalam empat skala penilaian skala Likert, yaitu:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Agak Tidak Setuju (ATS)
- 4 = Agak Setuju (AS)
- 5 = Setuju (S)
- 6 = Sangat Setuju (SS)

D. Teknik Analisis dan Pengolahan Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diolah menggunakan software SPSS versi 22. Adapun langkah-langkah analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2016), Analisis deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau deskripsi atas suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi).

2. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner akan dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pertanyaan disebut valid apabila dibawah 0,05 tingkat signifikansinya”.

3. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) “reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”. Jika koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,70$ maka pertanyaan dinyatakan andal atau variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien *Cronbach Alpha* $< 0,70$ maka pertanyaan dinyatakan tidak layak. Perhitungan reliabilitas formulasi *Cronbach Alpha* ini dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS 22.

4. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian regresi berganda dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat lolos dari asumsi klasik. Syarat-syarat tersebut harus terdistribusi secara normal, autokorelasi, dan heterokedasitas. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedasitas, dan uji autokorelasi sebelum melakukan pengujian hipotesis. Berikut ini penjelasan uji asumsi klasik yang akan digunakan:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas adalah suatu uji statistik yang digunakan untuk memeriksa apakah data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Langkah awal yang harus dilakukan untuk setiap analisis *multivariate* biasanya dapat berupa *screening* terhadap normalitas data, khususnya jika tujuannya adalah inferensi. Residual akan terdistribusi secara normal dan independen jika terdapat normalitas. Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data yang akan dianalisis memenuhi asumsi normalitas, yang merupakan salah satu asumsi klasik dalam uji statistik. Penelitian ini akan menggunakan metode uji *one-sample kolmogorov-smirnov* dengan ketentuan kriteria, sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang dapat dikategorikan baik adalah yang regresi Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat diukur dengan menggunakan metode uji *glejser* untuk meregresi nilai *absolute residual* terhadap variabel bebas (Bahri, 2018). Berikut ini pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini :

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF). Mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya dapat diukur melalui *tolerance*. Berikut ini pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini:

- 1) Jika nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan nilai VIF > 10 berarti menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.
- 2) Jika nilai *tolerance* > 0.10 atau sama dengan nilai VIF < 10 berarti menunjukkan tidak adanya gejala multikolinieritas.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda hanya digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel bebas (independen). Menurut Ghozali (2018), analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Uji ini sering digunakan dalam analisis data untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen yang diberikan. Perhitungan regresi linear berganda dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Variabel perputaran bisnis *Coffee Shop*

X₁ = Variabel Gaya Hidup

X₂ = Variabel *Trend*

X₃ = Variabel *Customer Accounting*

β₀ = Konstanta

β₁ β₂ = Koefisien regresi

ε = Standar eror

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)

Menurut Ghozali (2016), pada dasarnya uji t menunjukkan seberapa jauh dan seberapa besar pengaruh satu variabel bebas (variabel independen) secara individual dalam menjelaskan variabel terikat (dependen). Pengujian dilakukan dengan nilai signifikansi sebesar 5% (α = 0,05), dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi < 0,05 maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi > 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Imam Ghozali, (2018) uji F merupakan uji signifikan secara keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun estimasi, uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji F dalam perhitungannya dilihat dari tabel ANOVA atau F test dimana apabila Fhitung > Ftabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen tersebut dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	Kisaran Teori	Kisaran Aktual	Mean	Std. Dev
Gaya Hidup	5-30	13-30	24,25	4,465
<i>Trend</i>	5-30	10-30	24,20	4,653
<i>Customer Accounting</i>	5-30	9-30	24,08	5,230
Perputaran Bisnis	5-30	10-30	25,35	4,306

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS

Hasil analisis statistik deskriptif untuk variabel independen (gaya hidup) menunjukkan kisaran teori diantara 5-30. Adapun kisaran aktual yang didapatkan yaitu diantara 13-30 dengan nilai mean sebesar 24,25 dan standar deviasi sebesar 4,465. Hal ini menunjukkan gaya hidup bagi usaha *coffee shop* memiliki tingkat relatif yang cukup tinggi.

Hasil analisis statistik deskriptif untuk variabel independen (*Trend*) menunjukkan kisaran aktual diantara 5-30. Adapun kisaran teori yang didapatkan yaitu diantara 10-30 dengan nilai mean sebesar 24,20 dan standar deviasi sebesar 4,653. Hal ini menunjukkan *Trend* bagi usaha *coffee shop* memiliki tingkat relatif yang cukup tinggi.

Hasil analisis statistik deskriptif untuk variabel independen (*Customer Accounting*) menunjukkan kisaran teori diantara 5-30. Adapun kisaran aktual yang didapatkan yaitu diantara 9-30 dengan nilai mean sebesar 24,08 dan standar deviasi sebesar 5,230. Hal ini menunjukkan *Customer Accounting* bagi usaha *coffee shop* memiliki tingkat relatif yang cukup tinggi.

Hasil analisis statistik deskriptif untuk variabel dependen (Perputaran Bisnis) menunjukkan kisaran teori diantara 5-30. Adapun kisaran aktual yang didapatkan yaitu diantara 10-30 dengan nilai mean sebesar 25,35 dan standar deviasi sebesar 4,306. Hal ini menunjukkan perputaran bisnis bagi usaha *coffee shop* memiliki tingkat relatif yang cukup tinggi.

2. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Gaya Hidup</i>			
GA_1	0,720	0,312	Valid
GA_2	0,773	0,312	Valid
GA_3	0,868	0,312	Valid
GA_4	0,742	0,312	Valid
GA_5	0,491	0,312	Valid
<i>Trend</i>			
TREND_1	0,749	0,312	Valid
TREND_2	0,776	0,312	Valid
TREND_3	0,814	0,312	Valid
TREND_4	0,733	0,312	Valid
TREND_5	0,727	0,312	Valid
<i>Customer Accounting</i>			
CA_1	0,813	0,312	Valid
CA_2	0,712	0,312	Valid
CA_3	0,841	0,312	Valid
CA_4	0,878	0,312	Valid
CA_5	0,834	0,312	Valid
<i>Perputaran Bisnis</i>			
PB_1	0,666	0,312	Valid
PB_2	0,876	0,312	Valid
PB_3	0,845	0,312	Valid
PB_4	0,737	0,312	Valid
PB_5	0,699	0,312	Valid

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji validitas dari pengamatan r tabel dengan jumlah sampel (n=40 responden) adalah sebesar 0,312 dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5% menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan memiliki nilai r hitung > r tabel. Sehingga dapat dinyatakan semua item pertanyaan kuesioner variabel gaya hidup, *trend*, *customer accounting*, dan perputaran bisnis adalah valid.

3. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Syarat Reliabel	Keterangan
Gaya Hidup	0,773	0,7	Reliabel
<i>Trend</i>	0,814	0,7	Reliabel
<i>Customer Accounting</i>	0,837	0,7	Reliabel
Perputaran Bisnis	0,828	0,7	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 3 diatas, didapatkan nilai *cronbach alpha* pada variabel Gaya Hidup (0.773), *Trend* (0.814), *Customer Accounting* (0.837), dan nilai *cronbach's alpha* pada variabel Perputaran Bisnis sejumlah (0.828) untuk semua variabel tersebut nilai *cronbach's alpha* >0,07 dan diartikan bahwasanya setiap pertanyaan variabel diatas dikatakan reliabel serta layak untuk dipergunakan.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan uji statistic *Kolmogorov-Smirnov*. Residual dinyatakan terdistribusi normal apabila jika nilai *Asymp.sig* > 0,05. Namun jika sebaliknya, maka dapat dinyatakan bahwa residual tidak terdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Model	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>	40
<i>Asymp. Sig. (2-Tailed)</i>	0,200

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 4. terlihat jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* pada *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,200 yang mana nilainya lebih besar dari pada signifikansi yaitu 0,05. Maka bisa dikatakan bahwa data yang diperoleh dari pengkajian ini terdistribusi secara normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Standard Signifikansi	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	0,641	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Trend (X2)	0,087	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Customer Accounting (Y)	0,903	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 5. bisa dilihat bahwa variabel Gaya Hidup (X1) memiliki nilai tingkat signifikansi sebesar 0,641, untuk variabel Trend (X2) memiliki nilai tingkat signifikansi sebesar 0,087, dan untuk variabel Customer Accounting (X3) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,903. Pengkajian ini memakai uji *Glejser* untuk mengetahui apakah terdapat gejala heteroskedastisitas, apabila nilai *sig* diatas 0.05 maka terbebas dari heteroskedastisitas, dengan begitu bisa diartikan bahwa variabel Gaya Hidup, Trend, dan Customer Accounting tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Gaya Hidup (X1)	0,333	3,001
Trend (X2)	0,287	3,484
Customer Accounting (Y)	0,440	2,271

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 6. dapat dilihat bahwa semua variabel bebas (*independen*) memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10,00, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	R Square	Adjusted R Square	F	Sig.	Keterangan
	B	Std. Error	Beta								
(Constant)	8,182	2,800			2,923	0,006					
Gaya Hidup	0,079	0,189	0,082		0,419	0,678					Hipotesis ditolak
Trend	0,482	0,196	0,521		2,463	0,019	0,538	0,499	13,963	0,000	Hipotesis diterima
Customer Accounting	0,149	0,141	0,181		1,058	0,297					Hipotesis ditolak

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS

a. Uji T

Berdasarkan Tabel 7. di atas berikut penjelasan mengenai hasil ujihipotesis dapat dinyatakan sebagai berikut:

- 1) Variabel Gaya Hidup memperoleh tingkat signifikansi 0,678 yang dimana nilai signifikansi tersebut $> 0,05$ dengan nilai t hitungnya sebesar $0,419 < 1,688$, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Perputaran Bisnis *Coffee Shop* di Kota Palembang.
- 2) Variabel *Trend* memperoleh tingkat signifikansi 0,019 yang dimana nilai signifikansi tersebut $< 0,05$ dengan nilai t hitungnya sebesar $2,463 > 1,688$, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel *Trend* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Perputaran Bisnis *Coffee Shop* di Kota Palembang.
- 3) Variabel *Customer Accounting* memperoleh tingkat signifikansi 0,297 yang dimana nilai signifikansinya $> 0,05$ dengan nilai t hitungnya sebesar $1,058 < 1,688$, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel *Customer Accounting* secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perputaran Bisnis *Coffee Shop* di Kota Palembang.

b. Uji F

Berdasarkan tabel 4. 7 hasil Uji F menunjukkan bahwa model penelitian layak untuk digunakan karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($F_{tabel} = F(k;n-k) = F(3;40-3) = F(3;37) = 2,86$) dan nilai Signifikansi $< 0,05$.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas diperoleh bahwa nilai *adjusted Rsquare*-nya sebesar 0,499 atau 49,9% yang dimana menunjukkan bahwa variabel Gaya hidup, *Trend* dan *Customer Accountong* mampu menjelaskan variabel Perputaran Bisnis sebesar 49,9%, sedangkan 50,1% lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

SIMPULAN

a. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa adanya pengaruh Gaya Hidup, *Trend*, dan *Customer Accounting* terhadap Perputaran Bisnis *Coffee Shop* di tengah maraknya pembukaan *Coffee Shop* di Kota Palembang. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Gaya hidup berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perputaran bisnis *coffee shop* di kota Palembang.
2. *Trend* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perputaran bisnis *coffee shop* di kota Palembang.
3. *Customer Accounting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perputaran bisnis *coffee shop* di kota Palembang.

b. Keterbatasan

Dalam proses penelitian ini masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan, hal ini terjadi karena adanya beberapa keterbatasan yang terjadi selama penelitian. Secara umum, keterbatasan terjadi karena dalam penelitian ini hanya meneliti variabel-variabel independen yang diperkirakan memiliki pengaruh dengan variabel dependen, sehingga masih terdapat kemungkinan variabel-variabel lain yang belum ada di dalam penelitian ini.

Kelebihan dan yang menjadi pembeda dari penelitian sebelumnya adalah membantu pebisnis *coffee shop* memahami pelanggan, meningkatkan kepuasan mereka, mengoptimalkan strategi pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, dan menjadi pionir dalam industri.

c. Implikasi penelitian

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya variabel Gaya Hidup berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perputaran bisnis. Yang berarti perputaran bisnis tidak dipengaruhi gaya hidup. Berikutnya hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel *Customer Accounting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perputaran bisnis. Yang berarti perputaran bisnis tidak dipengaruhi oleh *Customer Accounting*. Lalu hasil penelitian ini menunjukkan variabel *Trend* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perputaran bisnis. Artinya *coffee shop* yang mengikuti *trend* yang ada maka perputaran bisnis *coffee shop* tersebut akan semakin baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, M. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Apple Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area*. 6–17.
- Amaral Canizio, M. (2017). Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas Pada Supermarket Di Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 3527. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i10.p04>
- Baharuddin, A., & Sudaryanto, B. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Repurchase Decision Dan Loyalitas Konsumen Pada Coffee Shop (Studi Pada Konsumen Coffee Shop di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(5), 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Fahrozi, M., Samsir, & Sulistyowati, L. (2015). Analisis Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Atas Uang dengan Nilai Pribadi Sebagai Moderasi di Kalangan Muda terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 7(2), 242–257.
- Habibi, M. (2014). Pengaruh Dimensi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry Di Purworejo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 1–10. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/1265>
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt*, 13(1), 188–204.
- Lubis, P. A., Azmi, Z., & Suriyanti, L. H. (2020). Pengaruh Customer Accounting Dan Customer Orientation Terhadap Kinerja Organisasi. *Jurnal Al-Iqtishad*, 15(2), 180. <https://doi.org/10.24014/jiq.v15i2.8310>
- Selvi, S., & Ningrum, L. (2020). Gaya Hidup Minum Kopi Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus Pada Kopi Kenangan Gandaria City - Jakarta). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(01), 23–30. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v14i01.15>
- Valentine, L. (2015). Pengaruh Customer Accounting Sebagai Strategic Management Accounting Techniques Dan Customer Orientation Terhadap Organizational Performance. *Business Accounting Review*, 3(1), 338–349.