

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, KUALITAS
PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK CORKCICLE**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Rizaldy Manaf
NIM : 43121010223

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, KUALITAS
PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK CORKCICLE**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas
Mercu Buana Jakarta



Nama : Rizaldy Manaf

NIM : 43121010223

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizaldy Manaf

NIM : 43121010223

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 05 Juli 2025

UNIVERSITA
MERCU BUANA



Rizaldy Manaf

NIM 43121010223

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : RIZALDY MANAF
NIM : 43121010223
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK CORKCICLE
Hasil Pengecekan Turnitin : 12%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **12%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 14 January 2026

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2026/Januari/14/0000000716/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rizaldy Manaf
NIM : 43121010223
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING, KUALITAS PRODUK
DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK CORKCICLE
Tanggal Sidang : 21 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Febrina Mahliza, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-09255653

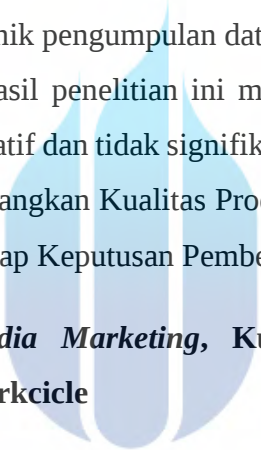


Scan QR or [click here](#) to Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Marketing*, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada produk Corkcicle. Populasi dalam penelitian ini yaitu pekerja di DKI Jakarta yang pernah membeli produk Corkcicle. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak minimum 190 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis data yang di gunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dan hipotesis di uji menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan software SmartPLS (*Partial Least Square*). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala likert. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Corkcicle. Sedangkan Kualitas Produk dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Corkcicle.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Corkcicle



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of social media marketing, product quality, and lifestyle on purchasing decisions for Corkcicle products. The population in this study consists of workers in DKI Jakarta who have purchased Corkcicle products. The sample used in this study consists of a minimum of 190 respondents. The sampling method used in this study is purposive sampling. The data analysis method used is quantitative descriptive analysis, and hypotheses are tested using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS (Partial Least Square) software. Data collection techniques use questionnaires with Likert scale measurements. The results of this study indicate that Social Media Marketing has a negative and insignificant effect on purchasing decisions for Corkcicle products. Meanwhile, Product Quality and Lifestyle have a positive and significant influence on Purchase Decisions for Corkcicle products.

Keywords: *Social Media Marketing, Product Quality, Lifestyle, Purchasing Decisions, Corkcicle*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul **“PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK CORKCICLE”** ini ditunjukkan untuk memenuhi persyaratan mata kuliah akademik guna memperoleh gelar sarjana Manajemen Strata Satu pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. Andi Andriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Febrina Mahliza, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan pada skripsi ini.
5. Semua dosen yang telah mengajar Praktikan selama berkuliah di Universitas Mercu Buana dan seluruh tenaga kependidikan Universitas Mercu Buana yang telah membantu Praktikan dalam kegiatan administratif.

6. Kepada orang tua penulis Ibu Lily Yantin yang selalu memberikan dukungan moral, spiritual dan terutama material hingga detik ini.
7. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih sebanyak banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu, dan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dalam setiap perbuatan baik kita. Amiin.

Jakarta, 21 Agustus 2025



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Rizaldy Manaf

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
2. Keputusan Pembelian	12
3. Social Media Marketing	15
4. Kualitas Produk	18
5. Gaya Hidup	22
6. Penelitian Terdahulu	24
B. Pengembangan Hipotesis	26
C. Kerangka Pemikiran	28
BAB III	30
METODE PENELITIAN	30

A. Waktu dan Tempat Penelitian	30
B. Desain Penelitian	30
C. Definisi dan Operasional Variabel	31
D. Skala Pengukuran Variabel	32
E. Populasi dan Sampel Penelitian	33
1. Populasi	33
2. Sampel Penelitian	33
F. Teknik Pengambilan Sampel	34
G. Metode Pengumpulan Data	34
H. Metode Analisis Data	35
1. Analisis Deskriptif	35
2. Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	36
3. Menguji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	38
BAB IV	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
B. Analisis Statistik Deskriptif	40
1. Hasil Analisis Deskriptif Responden	40
2. Hasil Analisis Deskripsi Variabel	43
C. Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	46
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	46
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	57
D. Pembahasan Hasil Penelitian	61
1. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Corkcicle	61
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Corkcicle	63
3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Corkcicle	64
BAB V	67
KESIMPULAN DAN SARAN	67

A. Kesimpulan	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survei	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	32
Tabel 3. 2 Skala Likert	33
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4. 2 Usia Responden	41
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	41
Tabel 4. 4 Pendapatan Responden	42
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Variabel Social Media Marketing	43
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Variabel Kualitas Produk	43
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Variabel Gaya Hidup	44
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Convergent Validity (Model Awal)	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 1)	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion (Modifikasi 1)	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 2)	52
Tabel 4. 13 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading) Modifikasi 2	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji AVE Modifikasi 2	55
Tabel 4. 15 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion (Modifikasi 2)	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji Composite Reliability & Cronbach's Alpha	57
Tabel 4. 17 Nilai R-Square (R^2)	58
Tabel 4. 18 Nilai f-square (f^2)	58
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Q-Square (Q^2)	59
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Corkcicle	1
Gambar 1. 2 Pengguna Sosial Media Di Indonesia	2
Gambar 1. 3 Penjualan Tumbler	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS (Model Awal)	48
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi 1)	50
Gambar 4. 3 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi 2)	53
Gambar 4. 4 Hasil Uji Bootstraping	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 2. Daftar Pernyataan Penelitian	84
A. Identitas Karakteristik Responden	84
B. Petunjuk Pengisian Kuesioner	84
C. Item Pertanyaan	85
Lampiran 3. Hasil Kuesioner	89
a. <i>Social Media Marketing</i> (X1)	89
b. Kualitas Produk (X2)	94
c. Persepsi Tingkat Suku Bunga (X3)	99
d. Keputusan Pembelian (Y)	105
Lampiran 4. Deskripsi Responden	111
Lampiran 5. Deskripsi Variabel	112
Lampiran 6. Hasil Output PLS	114
1. Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Model Awal)	114
2. Hasil Algoritma PLS (Model Awal)	115
3. Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi 1)	115
4. Hasil Algoritma PLS (Modifikasi 1)	116
5. Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi 2)	117
6. Hasil Algoritma PLS (Modifikasi 2)	118
7. Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>) Modifikasi 2	118
8. Hasil Uji AVE	119
9. Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i> (Modifikasi 1)	119
10. Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i> (Modifikasi 2)	120
11. Hasil Uji <i>Composite Reliability & Cronbach's Alpha</i>	120
12. Nilai R-Square	120
13. <i>f-Square</i>	120
14. Nilai Q-Square	120
15. Hasil Uji Hipotesis	121
16. Hasil Uji Bootstrapping	121