PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Tokopedia Di Jabodetabek)

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Ananda Herdi Saputra
43122010384

PROGRAM STUDI EKONOMI DAN BISNIS
FAKULTAS MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Tokopedia Di Jabodetabek)

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Ananda Herdi Saputra
43122010384

PROGRAM STUDI EKONOMI DAN BISNIS
FAKULTAS MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Herdi Saputra

NIM : 43122010384

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
"PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Tokopedia Di Jabodetabek)" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 9 September 2026



Ananda Herdi Saputra

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

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

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : Ananda Herdi Saputra

NIM : 43122010384

Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen

Jenis : Skripsi

Judul Tugas Akhir : PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Tokopedia Di Jabodetabek)

Hasil Pengecekan Turnitin : 26%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **26%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan 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, 15 September 2026

Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/September/12/0000001368/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Ananda Herdi Saputra
NIM	:	43122010384
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Tokopedia Di Jabodetabek)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 14 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Tafiprios, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0302106401

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-08266769

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng.,selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Tine Yuliantini, S.Par., MM., selaku dosen pengampu mata kuliah Metodologi Penelitian, yang telah memberikan landasan teoritis dan metodologis serta semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB angkatan 2022 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

lib.mercubuana.ac.id

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu ini.

Jakarta, 9 September 2026

Ananda Herdi Saputra

(43122010384)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Ananda Herdi Saputra
NIM	:	43122010384
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Tokopedia Di Jabodetabek)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).
Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 9 September 2026
Yang menyatakan,



(Ananda Herdi Saputra)

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Tokopedia Di Jabodetabek)

ANANDA HERDI SAPUTRA

ABSTRAK

Studi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji serta mengukur sejauh mana gaya hidup, citra merek, dan kepercayaan konsumen berdampak pada pengambilan keputusan pembelian. Adapun subjek yang menjadi fokus kajian adalah Tokopedia, salah satu platform *e-commerce* yang beroperasi di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sifat deskriptif. Populasi yang menjadi sasaran penelitian adalah para konsumen yang berdomisili di kawasan Jabodetabek dan telah memiliki pengalaman bertransaksi melalui aplikasi Tokopedia. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, sehingga diperoleh total 188 responden yang datanya layak untuk dianalisis lebih lanjut. Proses analisis data dilakukan dengan memanfaatkan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), yang diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Berdasarkan hasil pengolahan data, ditemukan bahwa ketiga variabel gaya hidup, citra merek, dan kepercayaan konsumen masing-masing memberikan pengaruh yang bersifat positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. Temuan tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi baik dari sisi teoritis maupun praktis (manajerial) terhadap perkembangan ilmu perilaku konsumen, terutama yang berkaitan dengan penyusunan strategi pemasaran digital serta perkembangan sektor *e-commerce*.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Citra Merek, Kepercayaan Konsumen, Keputusan pembelian

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Tokopedia Di Jabodetabek)

ANANDA HERDI SAPUTRA

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of lifestyle, brand image, and consumer trust on purchasing decisions. The object of this research is one of the e-commerce platforms in Indonesia, namely Tokopedia. This research is a quantitative study with a descriptive approach. The population in this study consists of consumers domiciled in the Jabodetabek area who have made transactions using the Tokopedia application. The sampling technique used purposive sampling, with a final sample size of 188 respondents processed for analysis. Data were analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) technique through the SmartPLS 4.0 application. The results of this study indicate that lifestyle, brand image, and consumer trust each have a positive and significant partial influence on purchasing decisions. These findings provide theoretical and managerial implications for the study of consumer behavior, particularly in digital marketing strategy and e-commerce development.

Keywords: Lifestyle, Brand image, Consumer Trust, Purchase Decision

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah 15
1.3 Tujuan Penelitian 15
1.4 Kontribusi Penelitian 16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **17**
2.1 Kajian Pustaka 17
2.1.1 Perilaku Konsumen 17
2.1.2 Sustainable Development Goals (SDGs) dalam Konteks E-commerce 18
2.1.3 Keputusan Pembelian 20
2.1.4 Gaya Hidup 26
2.1.5 Citra Merek 29
2.1.6 Kepercayaan konsumen 32
2.2 Penelitian Terdahulu 35
2.3 Hubungan Antar Variabel 57
2.3.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian 57
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 58
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .. 59
2.4 Kerangka Pemikiran 60
2.5 Hipotesis 61
BAB III METODE PENELITIAN **62**
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 62
3.2 Desain Penelitian 62
3.3 Definisi dan Operasional Variabel 63
3.3.1 Definisi Variabel Penelitian 63

lib.mercubuana.ac.id

3.3.2 Definisi Operasionalisasi Variabel 63
3.4 Skala Pengukuran 67
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian 68
3.5.1 Populasi 68
3.5.2 Sampel 69
3.6 Metode Pengumpulan Data 70
3.7 Metode Analisis Data 71
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif 71
3.7.2 Analisis Partial Least Square (PLS) 72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 78
4.1 Analisis Deskriptif 78
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 78
4.1.2 Deskripsi Responden 79
4.1.3 Deskriptif Variabel 83
4.2 Uji Partial Least Square (PLS) 91
4.3 Analisis Data 92
4.3.1 Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer model) 93
4.3.2 Hasil Pengujian Model Struktural (Inner model) 106
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 112
4.4.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian (H1 Diterima) 112
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (H2 Diterima) 114
4.4.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian (H3 Diterima) 116
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 118
5.1 Simpulan 118
5.2 Saran 118
DAFTAR PUSTAKA 122
LAMPIRAN 127

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nilai Transaksi E-commerce di Indonesia (2021-2024) 7
Tabel 1. 2 Hasil Pra Survey 13
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 35
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel 64
Tabel 3. 2 Skala Likert 68
Tabel 4. 1 Kriteria Responden 80
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin 81
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Usia 81
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Domisili 82
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan 83
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Gaya Hidup (X1) 84
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Citra Merek (X2) 86
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen (X3) 88
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) 90
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Loading Factor 94
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Factor Loading (Modifikasi) 98
Tabel 4. 12 Nilai Average Variance Extracted (AVE) 99
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Cross loading 101
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Fornel Larcker Criterion 102
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) 103
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha 105
Tabel 4. 17 Nilai R-square atau R^2 107
Tabel 4. 18 Nilai F-Square atau F^2 108
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Model Fit 110
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis 111

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbandingan Top Brand Index E-commerce di Indonesia. 3
Gambar 1. 2 E-commerce yang sering di akses Masyarakat Indonesia (2025) 5
Gambar 1. 3 Nilai Transaksi E-commerce di Indonesia (2021-2024) 7
Gambar 1. 4 Estimasi Belanja Tahunan Konsumen di Berbagai Kategori E-commerce di Indonesia (2024)..... 9
Gambar 2. 1 Model Kerangka Konseptual 61
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS 96
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)..... 99
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping..... 112

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id