

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SEPEDA DI  
MASA PANDEMI COVID-19 BERDASARKAN GAYA HIDUP,  
CITRA MEREK, DAN *SOCIAL INFLUENCE***

**SKRIPSI**



Nama : Dafa Albiyansyah  
NIM : 43118010433

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SEPEDA DI  
MASA PANDEMI COVID-19 BERDASARKAN GAYA HIDUP,  
CITRA MEREK, DAN *SOCIAL INFLUENCE***

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



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Nama : Dafa Albiyansyah

NIM : 43118010433

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dafa Albiyansyah  
NIM : 43118010433  
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri 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)

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Desember 2022

UNIVER  
MERCU



Dafa Albiyansyah  
NIM: 43118010433

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dafa Albiyansyah  
NIM : 43118010433  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Keputusan Konsumen Membeli Sepeda di Masa Pandemi COVID-19 Berdasarkan Gaya Hidup, Citra Merek, dan Social Influence  
Tanggal Sidang : 10 November 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Rina Astini, M.M., CPM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 12222002



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Keputusan Konsumen Membeli Sepeda di Masa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Gaya Hidup, Citra Merek, dan *Social Influence*”. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik dukungan secara materil, maupun dukungan non-materil, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan tepat waktu. Atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis skripsi ini, pribadi diri peneliti ingin berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana;
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonommi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
4. Ibu Dr. Rina Astini, SE,MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat bagi terselesaikannya skripsi ini;
5. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen;
6. Teman-temanku di Program Studi Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2018, atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini;
7. Teman-teman Keduabelasan yang sudah peneliti anggap sebagai kakak serta adik peneliti sendiri;

8. Nadya Pramesti, Allisa Astrawinata, Nadilla Izhari, Putri Rakhmatia Nabahani, Putri Nabila, dan Bangtan Sonyeondan, atas seluruh bantuan, diskusi, serta dukungan dalam penyusunan penelitian ini;
9. Teristimewa, Mama terkasih, Irma, serta Ayah, Kakak dan Abang atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh do'a yang tidak ada hentinya ditujukan kepada peneliti;

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan

Jakarta, Juli 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Dafa Albiyansyah

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2    Rumusan Masalah Penelitian.....	11
1.3    Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	12
1.3.1    Tujuan Penelitian .....	12
1.3.2    Kontribusi Penelitian .....	12
<b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>14</b>
2.1    Kajian Pustaka .....	14
2.1.1    Manajemen Pemasaran .....	14
2.1.2    Perilaku Konsumen .....	15
2.1.3    Gaya Hidup (Lifestyle) .....	16
2.1.4    Citra Merek (Brand Image).....	18
2.1.5    Social Influence .....	22
2.1.6    Keputusan Pembelian (Purchase Decision) .....	25
2.1.7    Penelitian Terdahulu .....	28
2.2    Pengembangan Hipotesis.....	35

2.2.1	Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.2.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.2.3	Pengaruh Social Influence terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.2.4	Kerangka Konseptual.....	38
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1	Desain Penelitian .....	40
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian.....	40
3.2.1	Waktu Penelitian.....	40
3.2.2	Tempat Penelitian .....	40
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	41
3.3.1	Definisi Konsep .....	41
3.3.2	Definisi Operasional .....	42
3.4	Pengukuran Variabel .....	44
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
3.5.1	Populasi Penelitian.....	45
3.5.2	Sampel Penelitian.....	45
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.6.1	Data Primer .....	47
3.6.2	Data Sekunder .....	48
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.7.1	Penelitian Lapangan (Kuesioner).....	48
3.7.2	Studi Pustaka.....	49
3.8	Jenis Data Penelitian.....	49
3.9	Metode Analisis Data .....	49
3.10	Analisis Partial Least Square (PLS) .....	50



<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1	Gambaran Umum.....	54
4.2	Analisis Data Deskriptif .....	54
4.2.1	Deskripsi Responden .....	54
4.2.2	Deskriptif Variabel.....	57
4.3	Metode Analisis Data .....	61
4.3.1	Evaluasi Measurement Model ( <i>Outer Model</i> ) .....	61
4.3.2	Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	69
4.4	Pembahasan Penelitian .....	72
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>76</b>
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Saran .....	77
5.2.1	Praktis .....	77
5.2.2	Teoritis.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>80</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>		<b>83</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel I.1	Hasil Survei Pendahuluan.....	5
Tabel I.2	Hasil Survei Pendahuluan.....	10
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel III.1	Variabel Oprasional Penelitian.....	41
Tabel III.2	Instrumen Skala Likert.....	44
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir....	54
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel IV.5	Analisis Deskriptif Gaya Hidup.....	56
Tabel IV.6	Analisis Deskriptif Citra Merek.....	57
Tabel IV.7	Analisis Deskriptif Social Influence.....	58
Tabel IV.8	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	59
Tabel IV.9	Hasil Pengujian Convergent Validity.....	61
Tabel IV.10	Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi).....	64
Tabel IV.11	Uji Discriminant Validity (Fornell Lacker).....	66
Tabel IV.12	Hasil pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.	67
Tabel IV.13	Hasil uji R-Square.....	68
Tabel IV.14	Hasil Pengujian Hipotesis.....	70

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar I.1	Grafik Tingkat Pengangguran Global Januari 2019 – Mei 2020	2
Gambar I.2	Grafik Tren Pencarian Model Sepeda Di Indonesia .....	4
Gambar I.3	Data Penjualan Sepeda pada Toko Sepeda TRIGUNA 2020 .....	7
Gambar I.4	Data Penjualan Sepeda pada Toko Sepeda ATEK 2020 .....	7
Gambar I.5	Data Penjualan Sepeda pada Toko ABS ATEX 2020 .....	8
Gambar II.1	Kerangka Pemikiran .....	38
Gambar IV.1	Hasil Algoritma PLS .....	61
Gambar IV.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi) .....	64
Gambar IV.3	Hasil Bootstrapping .....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1:	Kuesioner Survei Awal.....	81
Lampiran 2:	Kuesioner .....	83
Lampiran 3:	Hasil Output SPSS 23 .....	87
Lampiran 4:	Hasil Output SmartPLS .....	92

