

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI, DAN DESAIN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CELANA JEANS ADHUGO**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Nada Alfiani

NIM : 43117010142

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

JAKARTA

2022

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI, DAN DESAIN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CELANA JEANS ADHUGO**

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

Jakarta



Nama : Nada Alfiani

NIM : 43117010142

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nada Alfiani
NIM : 43117010142
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 (penjiplak).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Juni 2022



(Nada Alfiani)

Nim: 43117010142

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nada Alfiani
NIM : 43117010142
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Celana Jeans Adhugo
Tanggal Sidang : 12 Januari 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Arief Bowo Prayoga Kasmu, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Handwritten signature of Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Handwritten signature of Dr. H. Sonny Indrajaya, MM.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 04221198



Please Scan QRCode to
Verify

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul penelitian “Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Celana Jeans Adhugo” ini dapat terselesai dengan baik. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sabagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khusus nya Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE., MM, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi atas bantuan, bimbingan, saran, waktu, motivasi, serta pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta
4. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua orang tua saya tercinta Papa (Ali Basar), Mama (Alm. Ervina) dan Ibu {Ida Mayuldesi) serta adik-adik saya Aditya Farid, Om (Ecky Lamos) dan Tante- Tante saya Hilda Novita dan Ratna Dewi adalah motivasi terbesar saya yang selalu memberikan doa, semangat, dukungan yang tiada hentinya.
6. Sahabat dan teman “Penghuni Kos Dici” Dici, Dini, Fanny, Mutzalifah, Alfriza, Ega, dan Odet. Serta “Pasukan Kuy” Syifa, Diora dan Fitri.
Terima kasih atas waktu, doa, saran, dan dukungan selama ini dari awal semester hingga saat ini tiada hentinya memberikan hal-hal positif.
7. Dan seluruh temen-temen angkatan 2017 Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang tidak saya sebutkan namanya satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulis skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhirnya kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.



Jakarta, Januari 2022

Nada Alfiani

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 11 |
| C. Tujuan Penelitian | 11 |
| D. Manfaat Penelitian | 12 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..... | 13 |
| A. Kajian Pustaka | 13 |
| 1. Pemasaran | 13 |
| 2. Manajemen Pemasaran..... | 14 |
| 3. Keputusan Pembelian..... | 19 |
| 4. Gaya Hidup | 22 |
| 5. Promosi | 24 |
| 6. Desain Produk | 26 |
| B. Penelitian Terdahulu | 29 |
| C. Kerangka Penelitian | 33 |
| D. Hipotesis dan Hubungan Antar Variabel..... | 34 |
| 1. Hubungan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian | 34 |
| 2. Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian | 34 |
| 3. Hubungan Desain Produk dengan Keputusan Pembelian | 35 |

| | |
|--|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 36 |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian..... | 36 |
| B. Desain Penelitian | 36 |
| C. Definisi dan Operasional Variabel..... | 37 |
| 1. Definisi Variabel | 37 |
| 2. Operasionalisasi Variabel..... | 40 |
| D. Pengukuran Variabel..... | 43 |
| E. Populasi dan Sample Penelitian..... | 44 |
| 1. Populasi..... | 44 |
| 2. Sampel..... | 44 |
| F. Jenis Data Penelitian..... | 45 |
| G. Teknik Pengumpulan Data..... | 45 |
| H. Metode Pengumpulan Data..... | 46 |
| I. Metode Analisis Data..... | 46 |
| 1. Analisis Deskriptif IBM SPSS Statistic 23 | 46 |
| 2. Uji Instrumen | 48 |
| 3. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)..... | 49 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 53 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 53 |
| B. Statistik Deskriptif..... | 57 |
| 1. Deskripsi Responden..... | 57 |
| 2. Deskripsi Variabel..... | 59 |
| C. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)..... | 63 |
| 1. Pengujian Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)..... | 63 |
| 2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 75 |
| c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur) | 77 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian | 80 |
| 1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian | 80 |
| 2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian..... | 80 |
| 3. Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian | 81 |

| | |
|--|-----------|
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 82 |
| A. Kesimpulan | 82 |
| B. Saran | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA | 85 |
| LAMPIRAN..... | 88 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Pertumbuhan Ekspor Pakaian Jadi..... | 4 |
| Tabel 1.2 Rekapitulasi Penjualan Barang | 6 |
| Tabel 1.3 Total Omset Bulanan Toko Jeans Adhugo tahun 2019 sampai 2020 | 7 |
| Tabel 1.4 Hasil Pra Survei | 9 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 28 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian | 39 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Gaya Hidup | 40 |
| Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Promosi | 41 |
| Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Desain Produk..... | 42 |
| Tabel 3.5 Instrument Skala Likert..... | 43 |
| Tabel 3.6 Pedoman Kategorisasi Rata-rata Skor Penilaian Responden..... | 48 |
| Tabel 4.1 Usia Responden | 57 |
| Tabel 4.2 Pembelian Responden | 58 |
| Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup..... | 59 |
| Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi..... | 60 |
| Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Desain Produk | 60 |
| Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian..... | 62 |
| Tabel 4.7 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> | 65 |
| Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)..... | 68 |
| Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Dimensi | 70 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> | 71 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i> | 72 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 73 |
| Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Composite Reability</i> dan <i>Croncbach's Alpha</i> | 74 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R²)</i> | 76 |
| Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis | 78 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Variabel Pemasaran..... | 16 |
| Gambar 2.2 Kerangka Konseptual | 33 |
| Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS | 64 |
| Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)..... | 67 |
| Gambar 4.3 Hasil Algoritma Dimensi | 69 |
| Gambar 4.4 Hasil Uji <i>Boostrapping</i> | 79 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 : Pra Survey | 88 |
| Lampiran 2 : Kuisisioner | 88 |
| Lampiran 3 : Hasil Karakteristik Responden | 94 |
| Lampiran 4 : Karakteristik Jawaban Responden..... | 95 |
| Lampiran 5 : Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 98 |
| Lampiran 6 : Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 107 |

