



**ANALISA KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA LIPAT
MEREK ELEMENT DENGAN MOTIVASI SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***



TESIS

UNIVERSITAS
IMAM PRIBADI
55119120050
MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**



**ANALISA KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA LIPAT
MEREK ELEMENT DENGAN MOTIVASI SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
IMAM PRIBADI
55119120050

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**

PENGESAHAN

Judul : Analisa Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Merek Element
Dengan Motivasi Sebagai Variabel *Intervening*
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Imam Pribadi
NIM : 55119120050
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal : 13 Februari 2023

Mengesahkan,

Dosen Pembimbing



(Dr. Syafrizal Chan, S.E., M.Si.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si.)



(Dr. Lenny Nawangsari, S.T., M.M.)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul : Analisa Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Merek Element Dengan Motivasi Sebagai Variabel *Intervening*.
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Imam Pribadi
NIM : 55119120050
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 13 Februari 2023

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 13 Februari 2023



(Imam Pribadi)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Imam Pribadi

NIM : 55119120050

Program Studi : Magister Manajemen-Fakultas Ekonomi dan Bisnis

dengan judul

“**Analisa Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Merek Element Dengan Motivasi Sebagai Variabel *Intervening***”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 13/02/2023, didapatkan nilai persentase sebesar **27%**.

UNIVERSITAS
MERCU BUAANA

Jakarta, 13 Februari 2023

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

ABSTRACT

Most companies are experiencing difficulties due to the decline in market demand due to the reduced purchasing ability of the people. On the other hand, this is surprising for the bicycle industry. The demand for bicycles has increased significantly, especially for folding bike. Based on this phenomenon, the authors conducted further research on how the relationship between product variables, price variables and motivation variables as an intervening variable on the Purchase Decision of the Element Brand Folding Bike. This study uses a quantitative descriptive method. The sampling technique in this research is purposive sampling and the sample is taken using a questionnaire. Respondents in this study were 132 respondents from people who lived in Jakarta and had bought and used Element brand folding bicycles. Data were analyzed using descriptive statistics and Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) analysis with SmartPLS analysis tool. The results showed that the product variable and the motivation variable had a positive and significant direct influence on purchasing decisions. And the price variable has a negative and significant direct influence on purchase motivation and purchase decisions. Furthermore, the motivation variable which acts as an intervening variable has an effect as an intermediary variable in the relationship between Product variables, Price variables on Purchase Decisions.

Keyword: *Product, Price, Motivation, Purchase Decision, Folding Bike, Intervening.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Sebagian besar pelaku usaha mengalami kesulitan akibat turunnya permintaan pasar akibat dari melemahnya daya beli masyarakat. Sebaliknya, hal ini justru mengejutkan bagi industri sepeda, Permintaan sepeda mengalami peningkatan secara signifikan terutama jenis sepeda lipat. Berdasarkan fenomena tersebut penulis melakukan penelitian lebih jauh bagaimana pengaruh hubungan variabel produk, variabel harga dengan variabel motivasi sebagai variabel *intervening* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Lipat merek Element. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan *Purposive Sampling* dan sampel diambil dengan menggunakan kuesioner. Responden dalam penelitian ini sebanyak 132 responden dari masyarakat yang tinggal di sekitar Jakarta dan pernah membeli dan menggunakan sepeda lipat merek Element. Data dianalisa menggunakan statistik deskriptif dan analisis *Structural Equation Model Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan alat analisis SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Produk dan variabel Motivasi mempunyai pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Serta variabel Harga mempunyai pengaruh langsung yang negatif dan signifikan terhadap Motivasi pembelian dan Keputusan Pembelian. Selanjutnya variabel Motivasi yang berperan sebagai variabel *intervening* berpengaruh sebagai variabel perantara hubungan variabel Produk dan variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Produk, Harga, Motivasi, Keputusan Pembelian, Sepeda Lipat, *Intervening*

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhana Wa Ta'ala atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan Judul “**Analisa Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Merek Element Dengan Motivasi Sebagai Variabel *Intervening***”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada program studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak **Dr. Syafrizal Chan, S.E., M.Si.**, selaku dosen pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, pengetahuan, arahan, motivasi serta nasehat-nasehat yang sangat berarti bagi penulis dalam proses penyusunan menyelesaikan Tesis ini.

Penyusunan Tesis ini juga tidak lepas dari bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih juga sebesar-besarnya kepada:

- 1) Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
- 2) Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E. M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
- 3) Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.T., M.M., Selaku ketua Program Studi Magister Manajemen.
- 4) Dr. Adi Nurmahdi M.B.A., selaku ketua sidang ujian akhir Tesis yang telah memberikan tanggapan dan masukan untuk penyempurnaan Tesis ini.
- 5) Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E, M.M., selaku dosen penguji ujian akhir Tesis yang telah memberikan tanggapan dan masukan untuk penyempurnaan Tesis ini.
- 6) Dr. Yanto Ramli, M.M., selaku dosen penelaah seminar proposal Tesis yang telah memberikan tanggapan dan arahan dalam proses penyelesaian Tesis ini.
- 7) Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

- 8) Istriku tersayang, **Adis** dan Anak-Anaku sayang, **Faris, Fakhri dan Fakhira** atas Doa, bantuan, dukungan dan motivasi yang selalu diberikan selama proses perkuliahan dan proses penyusunan penyelesaian Tesis ini.
- 9) Mama dan Bapak yang telah berpulang ke Rahmatulloh pada saat proses penyusunan Tesis ini yang selalu memberikan Doa dan dukungannya. Semoga Mama dan Bapak Husnul Khootimah, Aamiin yaa robbal'aalamiin.
- 10) Rekan-rekan Gowes Gabut Kampung Rawa dan para Goweser lainnya yang membantu dalam penyelesaian tesis ini.
- 11) Teman-teman MM Universitas Mercu Buana kampus Menteng yang tidak Lelah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan Tesis ini.
- 12) Ustadz-Ustadz dan Santri-Santri Sanggar Alqur'an Mardani Lima yang selalu memberikan Doanya dalam penyelesaian Tesis ini.
- 13) Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu saran beserta kritikan yang membangun sangat diharapkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Untuk itu penulis mengharapkan segala bentuk saran dan keritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Jakarta, 13 Februari 2023

(Imam Pribadi)

DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Keputusan Pembelian	15
2.1.2.1 Dimensi Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3 Motivasi	18
2.1.3.1 Dimensi Motivasi.....	19
2.1.4 Produk	21
2.1.4.1 Dimensi Produk	22
2.1.5 Harga.....	24
2.1.5.1 Dimensi Harga	25
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	26
2.2 Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis Penelitian	31

2.2.1	Hubungan Produk Dengan Keputusan Pembelian	31
2.2.2	Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian	33
2.2.3	Hubungan Motivasi Dengan Keputusan Pembelian.....	34
2.2.4	Hubungan Produk Dengan Motivasi Pembelian	35
2.2.5	Hubungan Harga Dengan Motivasi Pembelian.....	36
2.2.6	Hubungan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Motivasi Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	36
2.2.7	Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Motivasi Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	37
BAB III	METODE PENELITIAN	39
3.1	Jenis Penelitian	39
3.2	Paradigma penelitian.....	39
3.3	Variabel Penelitian.....	40
3.3.1	Definisi Variabel	41
3.3.2	Operasional Variabel Penelitian.....	41
3.4	Populasi Dan Sampel	43
3.4.1	Populasi.....	43
3.4.2	Sample	44
3.5	Jenis Dan Sumber Data	45
3.6	Teknik Pengumpulan Data	45
3.6.1	Survei Sekunder	45
3.6.2	Survei Primer.....	46
3.7	Metode Analisa Data.....	46
3.7.2	Partial Least Square (PLS).....	48
3.7.3	Model SEM-PLS	49
3.7.4	Validitas Konvergen (<i>Outer Loadings</i>)	50
3.7.5	Validitas Diskriminan (<i>Cross Loadings</i>)	51
3.7.6	Uji Reliabilitas (<i>Composite Reliability</i>).....	51
3.7.7	Cronbach Alpha.....	52
3.7.8	Uji R-Squared (R ²).....	52
3.7.9	Uji Signifikansi.....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Karakteristik Responden	53
4.2 Analisa Deskriptif.....	56
4.2.1 Analisa Deskriptif Variabel Produk	56
4.2.2 Analisa Deskriptif Variabel Harga	58
4.2.3 Analisa Deskriptif Variabel Motivasi.....	59
4.2.4 Analisa Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	62
4.3 Analisa Data.	63
4.3.1 Pengujian Pengukuran <i>Outer Model</i>	64
4.3.1.1 Evaluasi <i>Convergent Validity</i>	65
4.3.1.2 Evaluasi <i>Discriminant Validity</i>	66
4.3.1.3 Pengujian Reliabilitas.....	68
4.3.2 Pengujian Model Struktur <i>Inner Model</i>	69
4.3.2.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69
4.3.2.2 Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	71
4.3.2.3 Ukuran Pengaruh Parsial (f^2).....	71
4.4 Analisa Uji Hipotesis	72
4.4.1 Analisa Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	73
4.4.2 Analisa Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	75
4.5 Pembahasan Penelitian.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pencarian Model Sepeda di Indonesia Pada Bulan Maret Sampai Bulan Juni Tahun 2020.....	2
Gambar 1. 2 Peningkatan Transaksi Produk Olahraga Saat Pandemi (Agustus 2020).....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	38
Gambar 4. 1 Diagram Alur.....	64
Gambar 4. 2 Diagram <i>Path Coefficient</i>	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Survei Pendahuluan.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Tabel Variabel Operasional Penelitian.....	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	54
Tabel 4. 2 Data Deskriptif Variabel Produk (X1)	57
Tabel 4. 3 Data Deskriptif Variabel Harga (X2)	58
Tabel 4. 4 Data Deskriptif Variabel Motivasi (Z)	60
Tabel 4. 5 Data Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4. 6 Nilai Outer Loading.....	66
Tabel 4. 7 Cross Loading indikator antar konstruk	67
Tabel 4. 8 Korelasi Antar Konstruk Laten dan Akar AVE	68
Tabel 4. 9 AVE (Average Variance Extracted).....	68
Tabel 4. 10 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	69
Tabel 4. 11 Hasil R-Square (R^2).....	70
Tabel 4. 12 Hasil Q-Square (Q^2)	71
Tabel 4. 13 Hasil f-Square (f^2)	72
Tabel 4. 14 Koefisien Jalur Pengaruh Langsung.....	73
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis Indirect Effect.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	93
Lampiran 2. Kuesioner Pendahuluan.....	99
Lampiran 3. Hasil Kuesioner.....	100
Lampiran 4. Outer Loading	108
Lampiran 5. Cross Loading	108
Lampiran 6. Formell-Larcker Criterion	108
Lampiran 7. Construct Reliability and Validity	109
Lampiran 8. R Square	109
Lampiran 9. Construct Crossvalidated Redundancy	109
Lampiran 10. f Square.....	109
Lampiran 11. Path Coefficients.....	110
Lampiran 12. Total Indirect Effects.....	110
Lampiran 13. Sepeda lipat Element Troy	111
Lampiran 14. Harga Sepeda Lipat.....	112



UNIVERSITAS
MERCU BUANA