

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH  
DAN SAYUR SECARA ONLINE  
(STUDI PADA TOKO BUAH GOFRUIT.ID)**

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

**Jakarta**



Nama: Vianty Adelli Santo

NIM: 43119110185

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vianty Adelli Santo

NIM : 43119110185

Program Studi : 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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Jakarta, 4 Oktober 2023

Vianty Adelli Santo

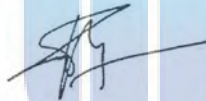
NIM 43119110185

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Vianty Adelli Santo  
NIM : 43119110185  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH DAN SAYUR SECARA ONLINE (STUDI PADA TOKO BUAH GOFRUIT.ID)  
Tanggal Sidang : 4 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing

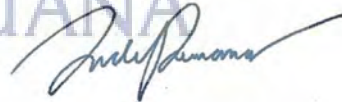


Arief Bowo Prayoga Kasmoo, S.E., M.M., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis R Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233059



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di GoFruit.id. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli buah dan sayur di GoFruit.id dengan jumlah yang tidak diketahui. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden, dihitung berdasarkan rumus dari Rao Purba dalam Fauzi (2017). Metode penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey dengan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SmartPLS. Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian

**Kata Kunci:** Gaya Hidup, Promosi, Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian.



## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of lifestyle, promotion and service quality on purchasing decisions at GoFruit.id. The population in this study are consumers who have purchased fruit and vegetables at GoFruit.id in an unknown amount. The sample used was 100 respondents, calculated based on the formula from Rao Purba in Fauzi (2017). Sampling method using purposive sampling. The data collection method uses a survey method with a questionnaire and the analytical technique used in this study was SmartPLS. This study shows that lifestyle has a significant positive effect on purchasing decisions, promotions have no influence on purchasing decisions and service quality has a significant positive effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Lifestyle, Promotion, Service Quality and Purchase Decision.***



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Buah dan Sayur secara Online (Studi pada Toko Buah GoFruit.id)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat dan pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof.Dr.Ir. Andi Adriansyah,M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
4. Bapak Eri Marlapa, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen
5. Bapak R. Joko Sugiharjo, Ir. MM selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir.
6. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana.

7. Bapak dan Ibu dibagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
8. Seluruh Pelanggan dari toko GoFruit.id
9. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2019
10. Secara Khusus, kedua orang tua & saudara tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan yang tiada henti-hentinya kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat membantu dalam penulisan ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya



Jakarta, 31 Juli 2023

Vianty Adelli Santo

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR 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 GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. LATAR BELAKANG PENELITIAN .....	1
B. RUMUSAN MASALAH .....	9
C. TUJUAN PENELITIAN .....	9
D. KONTRIBUSI PENELITIAN.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>11</b>
A. KAJIAN PUSTAKA .....	11
1. Pemasaran .....	11
2. Manajemen Pemasaran .....	12
3. Perilaku Konsumen.....	13
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen .....	14
a. Gaya Hidup .....	14
b. Promosi .....	19
c. Kualitas Layanan .....	21
5. Keputusan Pembelian.....	22
B. PENELITIAN TERDAHULU.....	25
C. PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	30
1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN.....	34
1. Waktu Penelitian.....	34
2. Tempat Penelitian .....	34
B. DESAIN PENELITIAN .....	34
C. DEFINISI DAN OPERASIONALISASI VARIABEL .....	35
1. Definisi Variabel.....	35
2. Operasional Variabel .....	36
D. SKALA PENGUKURAN VARIABEL .....	37
E. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN .....	38
1) Populasi .....	38



2) Sampel Penelitian .....	38
F. METODE PENGUMPULAN DATA .....	39
G. METODE ANALISIS DATA .....	40
1. Analisis Deskriptif .....	40
2. Partial Least Square (PLS) .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....	45
B. ANALISIS DESKRIPTIF.....	46
1. Deskripsi Responden .....	46
2. Deskripsi Variabel .....	50
C. ANALISIS PARTIAL LEAST SQUARE.....	54
a. Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	54
b. Uji Model Struktural (Inner Model) .....	64
D. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....	69
1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian .....	69
2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	69
3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>71</b>
A. KESIMPULAN .....	71
B. SARAN.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsumsi sayur dan buah penduduk Indonesia .....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 4. 1 Hasil Output SmartPLS Outer Model.....	55
Gambar 4. 2 Hasil Output SmartPLS Outer Model (Modifikasi) .....	57
Gambar 4. 3 Hasil Bootstrapping .....	67



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Empat Cabang Toko Buah GoFruit.id tahun 2021 .....	4
Tabel 1. 2 Rekapitulasi Hasil Pra Survei dengan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	7
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu .....	25
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	36
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	49
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian .....	50
Tabel 4. 6 Hasil Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Gaya Hidup .....	51
Tabel 4. 7 Hasil Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Promosi .....	52
Tabel 4. 8 Hasil Deskripsi Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Layanan .....	53
Tabel 4. 9 Hasil Convergent Validity .....	55
Tabel 4. 10 Hasil Convergent Validity (Modifikasi) .....	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Cross Loading .....	60
Tabel 4. 12 Hasil Nilai Average Extracted (AVE) .....	62
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha .....	63
Tabel 4. 14 Hasil R-Square .....	64
Tabel 4. 15 Hasil F-Square .....	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Nilai Predictive Relevance ( $Q^2$ ) .....	66
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis .....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	77
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian .....	86
Lampiran 3 Hasil Output SPSS .....	99
Lampiran 4 Hasil Output PLS .....	101

