

**ANALISIS PERAN *TRUST* SEBAGAI *INTERVENING* DALAM
HUBUNGAN ANTARA *LIFESTYLE*, *DESIGN PRODUCT* DAN
*PURCHASE DECISION***

SKRIPSI



Nama : Astony Dewa

NIM : 43116120259

**PROGRAM STUDI MENAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2024

**ANALISIS PERAN *TRUST* SEBAGAI *INTERVENING* DALAM
HUBUNGAN ANTARA *LIFESTYLE*, *DESIGN PRODUCT* DAN
*PURCHASE DECISION***

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



Nama : Astony Dewa

NIM : 43116120259

**PROGRAM STUDI MENAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2024

SKRIPSI

ANALISIS PERAN *TRUST* SEBAGAI *INTERVENING* DALAM HUBUNGAN ANTARA *LIFESTYLE*, *DESIGN PRODUCT* DAN *PURCHASE DECISION*

Oleh :

Nama : Astony Dewa

NIM : 43116120259

Disetujui untuk Ujian Akhir Skripsi

Pada Tanggal:

23 Maret 2024

1. Dudi Permana, Ph.D

Pembimbing

2. Ikhyandini Garindia A., S.Mn, M.MT

Dosen Tugas Akhir (.....)

Mengetahui

Ketua Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

Dudi Permana, Ph.D

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Astony Dewa
NIM : 43116120259
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Peran *Trust* Sebagai *Intervening* Dalam Hubungan Antara *Lifestyle*, *Design Product* Dan *Purchase Decision*
Tanggal Lulus Ujian : 23 Maret 2024

Mengesahkan :



Pembimbing

Dudi Permana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dudi Permana, MM, Ph.D

LPTA 03243759



SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Astony Dewa

Nim : 43116120259

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).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Maret 2024



Astony Dewa

NIM : 43116120259

ABSTRAK

Dalam menghadapi perkembangan tantangan bisnis transformasi digital, Nike berusaha menjadi bagian dari gaya hidup pelanggannya melalui aplikasi *lifestyle* seperti Nike Training Club, Nike Run Club, dan Nike *Membership*. Selain itu, Nike memiliki sejarah panjang dalam membuat desain produknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis analisis peran *trust* sebagai *intervening* dalam hubungan antara *lifestyle*, *design product* dan *purchase decision*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh warga masyarakat DKI Jakarta yang mengetahui dan pernah membeli Nike Air Jordan dengan total sampel sebesar 310 responden. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Lifestyle* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Decision*. Namun *Design Product* dan *Trust* ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision*. Selain itu *Lifestyle* ditemukan berpengaruh terhadap *Purchase Decision*. Pada akhirnya, *Trust* ditemukan memiliki mediasi hubungan antara *Lifestyle* dan *Purchase Decision*.

Kata Kunci: *Lifestyle, Design Product, Trust, Purchase Decision, Nike Air Jordan*.



ABSTRACT

In the face of evolving business challenges brought by digital transformation, Nike aims to integrate into its customers' lifestyles through applications such as Nike Training Club, Nike Run Club, and Nike Membership. Moreover, Nike has a longstanding history in innovative product design. The purpose of this study is to examine and analyze the role of trust as an intervening variable in the relationship between lifestyle, design product, and purchase decision. This research adopts a quantitative approach with a causal research design. The population of this study includes all residents of DKI Jakarta who are aware of and have previously purchased Nike Air Jordan, with a total sample size of 310 respondents. Data in this study were analyzed using SEM-PLS. The findings of this study indicate that Lifestyle does not influence Purchase Decision. However, Design Product and Trust were found to have a positive and significant effect on Purchase Decision. Moreover, Lifestyle was found to influence Trust. Ultimately, Trust was found to mediate the relationship between Lifestyle and Purchase Decision.

Keywords: Lifestyle, Design Product, Trust, Purchase Decision, Nike Air Jordan.



KATA PENGANTAR

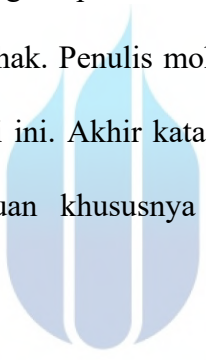
Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Peran *Trust* Sebagai *Intervening* Dalam Hubungan Antara *Lifestyle*, *Design Product* Dan *Purchase Decision*”**. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, pertamanya penulis ingin berterima kasih kepada Dudi Permana, Ph.D selaku dosen pembimbing yang sudah membantu dan membimbing hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih 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, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, MM selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Seluruh dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlsannya mencurahkan seluruh ilmu yang dimilikinya.

6. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita. Aamiin.
7. 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.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Maret 2024



Astony Dewa

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Marketing	11
2. Manajemen Pemasaran.....	12
3. Produk	16
4. Theory of Reasoned Action	17
5. Trust	18
6. Purchase Decision	20
7. Lifestyle.....	28
8. Design Product	30
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Pengembangan Hipotesis	46
1. Pengaruh Lifestyle terhadap Purchase Decision	46
2. Pengaruh Design Product terhadap Purchase Decision	47

3. Pengaruh Lifestyle terhadap Trust	48
4. Pengaruh Trust terhadap Purchase Decision.....	49
5. Pengaruh Mediasi Trust pada Hubungan antara Lifestyle dan Purchase Decision.....	50
D. Rerangka Penelitian	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
A. Waktu dan Tempat Penelitian	53
1. Waktu Penelitian	53
2. Tempat Penelitian.....	53
B. Desain Penelitian.....	53
C. Definisi dan Operasional Variabel	54
1. Variabel Bebas (Independen Variabel)	54
2. Variabel Terikat (Dependen Variabel).....	55
3. Variabel Mediasi (Intervening Variabel)	55
D. Skala Pengukuran Variabel.....	57
E. Populasi dan Sampel Penelitian	58
1. Populasi Penelitian	58
2. Sampel Penelitian.....	58
F. Metode Analisis Data.....	60
1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	60
2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	62
3. Evaluasi Mediasi	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
A. Gambaran Umum Penelitian	68
B. Analisis Deskriptif	70
1. Deskripsi Profil Responden.....	70
2. Deskripsi Jawaban Responden.....	73
C. Analisis Data Penelitian	81
1. Evaluasi Normalitas Data.....	81
2. Evaluasi Model Pengukuran	83
3. Evaluasi Model Struktural.....	88

4. Pengujian Hipotesis.....	91
D. Pembahasan.....	96
1. Hasil Pengujian Lifestyle (X1) Terhadap Purchase Decision (Y2)	96
2. Hasil Pengujian Design Product (X2) Terhadap Purchase Decision (Y2)	98
3. Hasil Pengujian Lifestyle (X1) Terhadap Trust (Y1)	99
4. Hasil Pengujian Trust (Y1) Terhadap Purchase Decision (Y2).....	101
5. Hasil Pengujian Peran Mediasi Trust (Y1) Pada Lifestyle (X1) Terhadap Purchase Decision (Y2).....	102
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	105
A. Simpulan	105
B. Saran.....	106
1. Saran Praktis	106
2. Saran Akademis	109
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	125
Lampiran 1. Mapping Kuesioner	125
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	129
Lampiran 3. Data Profil Penelitian.....	135
Lampiran 4. Data Jawaban Responden	153
Lampiran 5. Deskriptif Normalitas Data.....	162
Lampiran 6. Hasil PLS Algorithm	164
Lampiran 7. Hasil Outer Loadings.....	164
Lampiran 8. Hasil Average Variance Extracted	165
Lampiran 9. Hasil Nilai Fornell Larcker Criterion	165
Lampiran 10. Hasil Nilai Cross Loadings.....	166
Lampiran 11. Hasil Nilai Reliabilitas	167
Lampiran 12. Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R-Square).....	167
Lampiran 13. Hasil Nilai Relevansi Prediktif (Q-Square).....	167
Lampiran 14. Hasil Nilai Model Fit.....	167
Lampiran 15. Hasil Bootstrapping	168

Lampiran 16. Hasil Pengujian Hipotesis.....	168
---	-----



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pra-Survey	6
Tabel 1.2. Research Gap.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	55
Tabel 3.2 Skala Likert	56
Tabel 4.1 Pertanyaan Saringan 1	69
Tabel 4.2 Pertanyaan Saringan 2	70
Tabel 4.3 Pertanyaan Saringan 3	70
Tabel 4.4 Profil Responden	70
Tabel 4.5. Deskriptif Lifestyle	72
Tabel 4.6. Deskriptif Design Product	74
Tabel 4.7. Deskriptif Trust	76
Tabel 4.8. Deskriptif Purchase Decision	78
Tabel 4.9. Deskriptif Normalitas Data	81
Tabel 4.10. Hasil Nilai Outer Loadings	83
Tabel 4.11. Hasil Nilai Average Variance Extracted	85
Tabel 4.13. Hasil Nilai Cross Loadings	86
Tabel 4.13. Hasil Nilai Reliabilitas	87
Tabel 4.14. Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R-Square).....	88
Tabel 4.15. Hasil Nilai Relevansi Prediktif (Q-Square).....	89
Tabel 4.16. Hasil Nilai Model Fit	89
Tabel 4.17. Hasil Pengujian Hipotesis	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Daftar Perusahaan Gulung Tikar	1
Gambar 1.2. Desain Produk Awal Nike Air Jordan (Banned).....	3
Gambar 2.1 Model TRA	18
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	22
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran Konseptual.....	51
Gambar 3.3 Prosedur Analisis Mediasi.....	65
Gambar 4.1 Revolusi Logo Nike	67
Gambar 4.2. Hasil PLS Algorithm	83
Gambar 4.3. Hasil Bootstrapping.....	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Mapping Kuesioner	126
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	130
Lampiran 3. Data Profil Penelitian.....	136
Lampiran 4. Data Jawaban Responden	154
Lampiran 5. Deskriptif Normalitas Data.....	163
Lampiran 6. Hasil PLS Algorithm	165
Lampiran 7. Hasil Outer Loadings.....	165
Lampiran 8. Hasil Average Variance Extracted	166
Lampiran 9. Hasil Nilai Fornell Larcker Criterion	166
Lampiran 10. Hasil Nilai Cross Loadings.....	167
Lampiran 11. Hasil Nilai Reliabilitas.....	168
Lampiran 12. Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R-Square).....	168
Lampiran 13. Hasil Nilai Relevansi Prediktif (Q-Square).....	168
Lampiran 14. Hasil Nilai Model Fit.....	168
Lampiran 15. Hasil Bootstrapping	169
Lampiran 16. Hasil Pengujian Hipotesis.....	169