

**PENGARUH *LIFESTYLE*, KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI
TIKTOK**

***THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, CONSUMER TRUST ON
PURCHASE DECISIONS IN THE TIKTOK APPLICATION***

Oleh:

Dede Sumarni

2018410071

SKRIPSI

Untuk memenuhi Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada

Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2023

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI
TIKOK**

***THE EFFECT OF LIFESTYLE AND CONSUMER TRUST ON
PURCHASE DECISIONS IN THE TIKTOK APPLICATION***

Oleh :

**Dede Sumarni
2018410071**

SKRIPSI

Untuk mengetahui salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal Jakarta, 14 Agustus 2023 dengan nilai C+

Dr. Firsan Nova, SE, MM
Pembimbing

Drs. Fauzi Baisvir, MM
Penguji I

Ellena Nurfazria H, SE, MM
Penguji II

Dr. Firsan Nova, SE, MM
Penguji III

Sukardi, SE, MM

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE, MSi

Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dede Sumarni

NIM : 2018410071

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

Judul skripsi : Pengaruh *Lifestyle*, Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi

Jakarta, Februari 2023

Mengetahui,

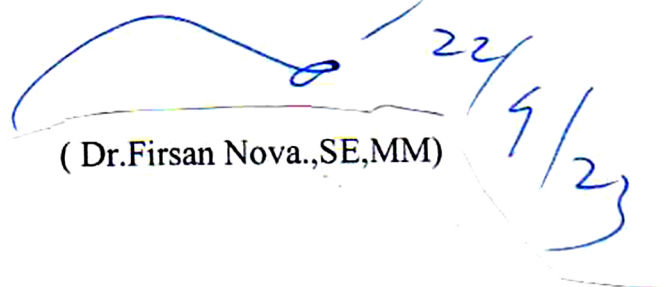
Ketua Program Studi Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing



(Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE, Msi)



(Dr.Firsan Nova.,SE,MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dede Sumarni

Nim : 2018410071

Jurusan/Peminatan : Manajmen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Lifestyle*, Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok.” Dikerjakan dengan sebenar-benarnya. yang dibimbing oleh Ibu Dr. Firsan Nova. adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya dan menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Darma Persada. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 14 Agustus 2023



(Dede Sumarni)

ABSTRAK

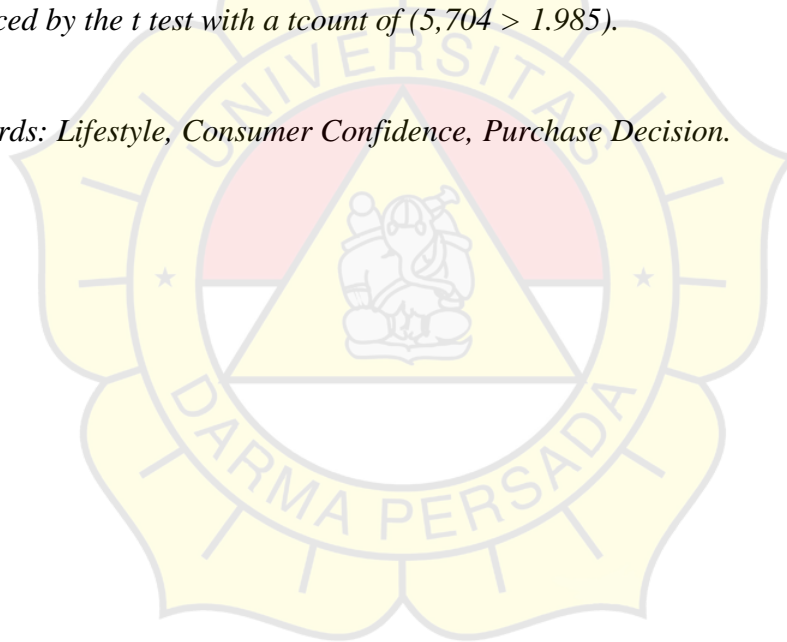
Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Lifestyle* Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Shop di Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna aplikasi Tiktok Shop. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *lifestyle* dan kepercayaan konsumen secara keseluruhan/ simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai F_{hitung} sebesar $(50,265 > 3,090)$. Sedangkan *lifestyle* secara parsial/ sebagian mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar $(5,726 > 1,985)$. Dan kepercayaan konsumen secara parsial/ sebagian mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar $(5,704 > 1,985)$.

Kata kunci: *Lifestyle*, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of Lifestyle and Consumer Trust on Purchasing Decisions of Tiktok Shop Application Users in East Jakarta. This research was conducted using the data collection method by distributing questionnaires to 100 respondents using the Tiktok Shop application. The sampling technique used was purposive sampling. The data were then analyzed using Multiple Linear Regression analysis. The results of this study indicate that lifestyle and consumer beliefs as a whole/simultaneously have an influence on purchasing decisions, this is evidenced by the F test with an Fcount of (50,265 > 3.090). While lifestyle partially has an influence on purchasing decisions, this is evidenced by the t test with a tcount of (5.726 > 1.985). And consumer trust partially has an influence on purchasing decisions, this is evidenced by the t test with a tcount of (5,704 > 1.985).

Keywords: Lifestyle, Consumer Confidence, Purchase Decision.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan penulisan dan penyusunan Proposal skripsi dengan judul **“PENGARUH *LIFESTYLE*, KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI TIKTOK”** Penyusunan Proposal skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada.

Saya sangat menyadari bahwa proposal skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna karena mungkin banyak kekurangan dalam pembuatannya, sehingga saya berharap kepada pembaca agar dapat memberi masukan serta sarannya. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dan memberi dukungan serta doa kepada saya dalam pembuatan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar - besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Firsan Nova Selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan Waktu , Tenaga, dan Pikiran untuk mengarahkan penelitian dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak Mu'man Nuryana Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

4. Segenap Dosen Program S-1 Manajemen atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi di Universitas Darma Persada.
5. Kedua orang tuaku, papihku Carpin yang selalu mendidik, mendukung dan memberikan materi. Mimihku tersayang Titin Arnia Ningsih yang telah membesarkanku, mendoakan, mendidik dan tidak pernah leleh memberikan dukungan.
6. Abangku Hadi Sunaryo terimakasih yang selalu memberikan dukungan perhatian dan materi. Adik-adikku winda dan cinderlaelani terimakasih sudah memberikan dukungan dan semangat.
7. Adji Barkah Pratama terimakasih atas dukungannya dan semangatnya.
8. Nasya, Maya, Farah dan temen seperjuangan angkatan 2018 atas semangat, dukungan dan bantuan selama penyelesaian.

Demikian proposal skripsi ini dibuat, penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis membutuhkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk kebaikan penulis kedepannya. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat baik bagi penulis ataupun pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 14 Agustus 2023

Dede Sumarni

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembahasan dan Rumusan Masalah	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Pembahasan Masalah.....	7
1.2.3 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8

1.4	Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....		9
2.1	Landasan Teori.....	9
2.1.1	Pemasaran.....	9
2.1.2	Lifestyle.....	15
2.1.3	Kepercayaan Konsumen.....	19
2.1.4	Keputusan Pembelian.....	23
2.2	Penelitian Terdahulu.....	32
2.3	Kerangka Pemikiran.....	35
2.4	Hipotesis Penelitian.....	37
2.4.1	Paradigma Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
3.1	Metode Penelitian.....	40
3.2	Waktu Dan Tempat Penelitian.....	41
3.3	Oprasional Variabel.....	41
3.4	Sumber dan Cara Penentuan Data.....	44
3.4.1	Jenis dan Sumber Data yang Digunakan.....	44
3.4.2	Populasi Dan Sampel.....	45
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5.1	Wawancara.....	46

3.5.2	Kuesioner	46
3.5.3	Penelitian Kepustakaan.....	47
3.6	Rancangan Analisis Dan Uji Hipotesis	48
3.6.1	Uji Keabsahan data.....	48
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	49
3.6.3	Alat dan Analisis Data	52
3.6.4	Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	57
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	58
4.2	Karakteristik Responden.....	59
4.2.1	Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.2	Perhitungan Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	60
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	61
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	62
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan Pada Pengguna Aplikasi Tiktop Shop.....	63
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	65
4.3.1	Variabel Lifestyle	65

4.3.2	Variabel Kepercayaan Konsumen	75
4.3.2	Variabel Keputusan Pembelian	85
4.4	Uji Keabsahan data.....	105
4.4.1	Uji Validitas	105
4.4.2	Uji Reliabilitas	108
4.5	Uji Asumsi Klasik	109
4.5.1	Uji Normalitas	109
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	111
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	112
4.5.4	Uji Auto Korelasi	113
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	114
4.6.1	Koefisien Determinasi	115
4.7	Uji Hipotesis	115
4.7.1	Uji F.....	115
4.7.2	Uji T.....	118
4.7.3	Koefisien Korelasi	120
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		122
5.1	Simpulan	122
5.2	Saran	123
DAFTAR PUSTAKA.....		125
LAMPIRAN		127

DAFTAR TABEL

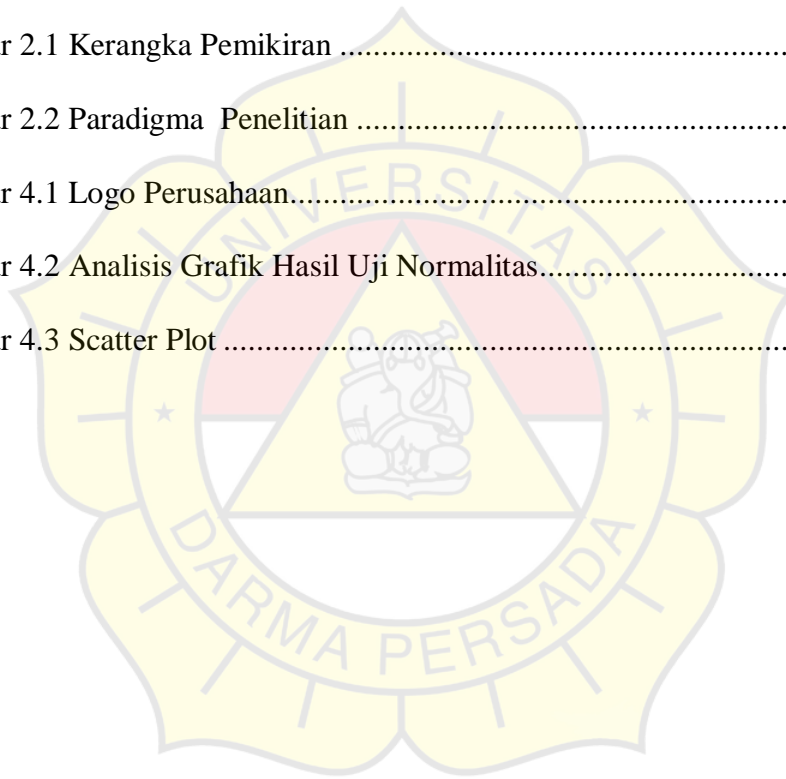
	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Oprasional Variabel.....	41
Tabel 3.2 Skala Likert Lifestyle, Kepercayaan Konsumen, dan Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 3.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	54
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	62
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	63
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Lama Berlanggana Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Shop.....	64
Tabel 4.7 Dimensi <i>Activity</i> Pernyataan.....	66
Tabel 4.8 Dimensi <i>Activity</i> Pernyataan 2.....	67
Tabel 4.9 Dimensi <i>Activity</i> Pernyataan 3.....	68
Tabel 4.10 Dimensi <i>Interest</i> Pernyataan 1.....	69
Tabel 4.11 Dimensi <i>Interest</i> Pernyataan 2.....	70
Tabel 4.12 Dimensi <i>Interest</i> Pernyataan 3.....	71
Tabel 4.13 Dimensi <i>Opinion</i> Pernyataan 1.....	72
Tabel 4.14 Dimensi <i>Opinion</i> Pernyataan 2.....	73
Tabel 4.15 Dimensi <i>Opinion</i> Pernyataan 3.....	74

Tabel 4.16 Dimensi <i>Integrity</i> Pernyataan 1	75
Tabel 4.17 Dimensi <i>Integrity</i> Pernyataan 2	77
Tabel 4.18 Dimensi <i>Integrity</i> Pernyataan 3 Saya percaya aplikasi tiktok shop menjual barang-barang yang berkualitas	78
Tabel 4.19 Dimensi <i>Benevolence</i> Pernyataan 1	79
Tabel 4.20 Dimensi <i>Benevolence</i> Pernyataan 2	80
Tabel 4.21 Dimensi <i>Benevolence</i> Pernyataan 3	81
Tabel 4.22 Dimensi <i>Ability</i> Pernyataan 1	82
Tabel 4.23 Dimensi <i>Ability</i> Pernyataan 2	83
Tabel 4.24 Dimensi <i>Ability</i> Pernyataan 3	84
Tabel 4.25 Dimensi Pilihan Produk Pernyataan 1	85
Tabel 4.26 Dimensi Pilihan Produk Pernyataan 2	87
Tabel 4.27 Dimensi Pilihan Produk Pernyataan 3	88
Tabel 4.28 Dimensi Pilihan Merek Pernyataan 1	89
Tabel 4.29 Dimensi Pilihan Merek Pernyataan 2	90
Tabel 4.30 Dimensi Pilihan Merek Pernyataan 3	91
Tabel 4.31 Dimensi Pilihan Penyalur/Penjual Pernyataan 1	92
Tabel 4.32 Dimensi Pilihan Penyalur/Penjual Pernyataan 2	93
Tabel 4.33 Dimensi Pilihan Penyalur/Penjual Pernyataan 3	94
Tabel 4.34 Dimensi Jumlah Pembelian Pernyataan 1	95
Tabel 4.35 Dimensi Jumlah Pembelian Pernyataan 2	96
Tabel 4.36 Dimensi Jumlah Pembelian Pernyataan 3	97
Tabel 4.37 Dimensi Waktu Pembelian Pernyataan 1	99

Tabel 4.38 Dimensi Waktu Pembelian Pernyataan 2.....	100
Tabel 4.39 Dimensi Waktu Pembelian Pernyataan 3.....	101
Tabel 4.40 Dimensi Metode Pembayaran Pernyataan 1	102
Tabel 4.41 Dimensi Metode Pembayaran Pernyataan 2	103
Tabel 4.42 Dimensi Metode Pembayaran Pernyataan 3	104
Tabel 4.43 Hasil Uji Validitas Variabel Lifestyle	106
Tabel 4.44 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen	107
Tabel 4.45 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembeli	107
Tabel 4.46 Hasil Uji Reliabilitas Variabel penelitian	109
Tabel 4.47 Hasil Uji Normalitas	110
Tabel 4.48 Hasil Uji Multikolinieritas	112
Tabel 4.49 Hasil Uji Autokorelasi	114
Tabel 4.50 Hasil Koefisien Determinasi	115
Tabel 4.51 Parameter Kuantitatif Uji F.....	116
Tabel 4.52 Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda Lifestyle Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	117
Tabel 4.53 Parameter Kuantitatif Uji T	119
Tabel 4.54 Hasil Uji Korelasi.....	120

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna dan Tingkat Penetrasi <i>E-commerce</i> di Indonesia 2017- 2023	3
Gambar 1.2 Kategori Produk Yang Paling Diminati Dalam Belanja Online Di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	38
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	57
Gambar 4.2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas.....	110
Gambar 4.3 Scatter Plot	113



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	128
Lampiran 2 Daftar Profil Responden	134
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel <i>Lifestyle</i>	136
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Kepercayaan Konsumen	139
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian	141
Lampiran 6 T tabel.....	146
Lampiran 7 F tabel.....	151
Lampiran 8 R tabel	153
Lampiran 9 Hasil Output SPSS	155
Lampiran 10 Sumber Dan Metode Pengumpulan Data	160
Lampiran 11 Catatan Kegiatan Konsultasi.....	161
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup	162