

**PENGARUH GAYA HIDUP , CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI PADA SHOPEEFOOD DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Malangkecewara)

SKRIPSI



Disusun oleh :

CANDRA WULAN IKA PURNOMO

Nomer Pokok : K.2021.4.35400

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Pemasaran

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKECEWARA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG**

2023

**PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI PADA SHOPEEFOOD DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Malangkucecwara)

SKRIPSI

*Untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi*



Oleh:

Candra Wulan Ika Purnomo

K.2021.4.35400

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUCECWARA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA SHOPEEFOOD DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS MAHASISWA STIE MALANGKUECEWARA)

Oleh :

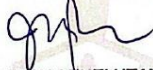
CANDRA WULAN IKA PURNOMO

K.2021.4.35400

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :
18 Agustus 2023 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

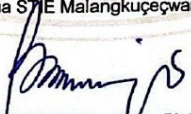
Dosen Pembimbing



Dr. NUNUNG NURASTUTI UTAMI, SE., M.Si.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkecewara



Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 28 Juli 2023



Candra Wulan Ika Purnomo

NPK: K.2021.4.35400

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DR.NUNUNG NURASTUTI UTAMI, SE., M.Si.
NIK : 202.710.186

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : CANDRA WULAN IKA PURNOMO
NPK : K.2021.4.35400
Program Studi :
Alamat :

No HP :
E-mail : Purnomocandra45@gmail.com

menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçęçwara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari:Mahasiswa STIE MALANGKUCECWARA

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH GAYA HIDUP,CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA SHOPEEFOOD DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang ,28 Juli 2023
Dosen pembimbing skripsi,



(DR.NUNUNG N.U, SE., M.Si)
NIK. 202.710.186

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta Karunia-Nya yang memberikan kekuatan dan kesabaran bagi peneliti dalam menyelesaikan studi dengan tepat waktu.
2. Drs. Bunyamin, MM., Ph.D. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçęwara,
3. Ibu Dra. Lindananty, MM. selaku ketua Program Studi Management Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçęwara,
4. Ibu Dr.Nunung Nurastuti Utami, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan arahan, saran yang sangat bermanfaat bagi penulis,
5. Ibu Dra. Lindananty, MM. selaku dosen wali yang telah banyak membimbing dan memberikan saran terkait perkuliahan selama ini,
6. Mama, Bapak beserta keluarga penulis yang terus memberikan doa, dukungan, saran dan motivasi terbesar bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini,
7. Teman-teman selama kuliah di ABM Tessa,Nian,Nurul,Angelia dan Dinda yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi teman diskusi dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini,
8. Teman-teman penulis Desniar dan Aliffya yang telah meluangkan waktunya untuk tempat berkeluh kesah selama menyelesaikan skripsi ini,
9. Semua pihak yang tidak dapat disebut oleh penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini

Malang, 28 Juli 2023

Penulis

Candra Wulan Ika Purnomo

ABSTRAK

Indonesia memiliki berbagai macam aplikasi yang dimiliki, Salah satu nya adalah Shopeefood. Layanan pesan antar – makanan shopeefood sangat berkembang pesat di masyarakat Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup,citra merek dan harga terhadap minat beli pada Shopeefood di STIE Malangkecewara dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif STIE Malangkecewara total 753 orang dengan sampel sebanyak 100 responden yaitu mahasiswa aktif STIE Malangkecewara yang menggunakan aplikasi Shopeefood. Penelitian ini menggunakan metode survey untuk mengumpulkan data dengan bantuan instrumen kuesioner. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dibantu dengan software Smart PLS. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap Minat beli melalui kepercayaan sebagai variabel intervening pada Shopeefood di STIE Malangkecewara. Citra merek berpengaruh terhadap Minat beli melalui kepercayaan sebagai variabel intervening. Harga tidak berpengaruh terhadap Minat beli melalui kepercayaan sebagai variabel intervening di STIE Malangkecewara.

Kata Kunci :Gaya Hidup,Citra Merek,Harga , Minat Beli ,Kepercayaan

ABSTRACT

Indonesia has a variety of applications, one of is shopeefood. Shopeefood food delivery services are growing rapidly in Indonesia. This study aims to determine the influence of Lifestyle, brand image and price on buying interest at Shopeefood at STIE Malangkecewara with trust as an intervening variable. The population in this study were active students of STIE Malangkecewara, a total of 753 people and sample use 100 respondents, namely active students of STIE Malangkecewara who used the Shopeefood application. This study used a survey method to collect data with a questionnaire instrument. Data analysis using Smart PLS software. The results of this study show that Lifestyle does not affect purchase intention through trust as an intervening variable at Shopeefood at STIE Malangkecewara. Brand image influences purchase intention through trust as an intervening variable, and price does not affect buying interest through trust as an intervening variable at STIE Malangkecewara.

Keyword : Lifestyle, Brand Image, Price, Purchase Intention, Trust

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan Rahmat serta Karunia-Nya sehingga peneliti bisa dengan lancar dan tepat waktu menyelesaikan Skripsi yang berjudul "Pengaruh Gaya hidup, Citra merek dan Harga terhadap Minat Beli pada Shopeefod dengan Kepercayaan sebagai variabel *Intervening* (studi kasus STIE MALANGKUCECWARA)."

Adapun tujuan Penelitian skripsi ini untuk memperoleh gelar Strata Satu Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkececwara. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna .oleh karena itu, penulis mengharapkan kesediaan pembaca baik mahasiswa maupun dosen untuk memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri maupun pembaca pada umumnya.

Malang, 28 Juli 2023

Penulis

Candra Wulan Ika Purnomo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
SURAT KETERANGAN RISET	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Peneltian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Jasa.....	13
2.1.3 Gaya Hidup	15
2.1.4 Citra Merek	21
2.1.5 Harga.....	22
2.1.6 Minat Beli	24
2.1.7 Kepercayaan	26
2.1.8 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Kepercayaan	27
2.1.9 Pengaruh Citra merek Terhadap Kepercayaan.....	27
2.1.10 Pengaruh Harga Terhadap Kepercayaan.....	27
2.1.11 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat beli.....	28

2.1.12	Pengaruh Citra merek Terhadap Minat beli	28
2.1.13	Pengaruh Harga Terhadap Minat beli	29
2.1.14	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli	29
2.1.15	Pengaruh Gaya hidup terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan	29
2.1.16	Pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli melalui kepercayaan	30
2.2	Pengembangan Hipotesis	31
2.3	Tinjauan Penelitian Terdahulu	31
2.4	Model Konseptual Penelitian.....	37
BAB III	METODE PENELITIAN	39
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1	Populasi	39
3.2.2	Sampel	40
3.3	Variabel Penelitian.....	41
3.3.1	Variabel Penelitian	41
3.3.2	Definisi Operasional Variabel	42
3.4	Metode Pengumpulan Data	44
3.4.1	Kuesioner	44
3.4.2	Studi Pustaka.....	45
3.5	Metode Analisis	45
3.5.1	Uji Deskriptif.....	46
3.5.2	Structural Equation Modeling (SEM).....	46
3.5.1	Uji Hipotesis.....	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.2.	Hasil Penelitian	52
4.2.1	Deskripsi Data Responden	52
4.2.2	Deskripsi Tanggapan Responden	54
4.3.	Analisis Data Penelitian	60
4.3.1	Measurement Model (Outer Model).....	60

4.3.2	Inner Model atau Structural Model	68
4.3.3	Pengujian Hipotesis	69
4.4.	Pembahasan	71
4.4.1	Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepercayaan pada Shopeefood. 71	
4.4.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan pada Shopeefood.	71
4.4.3	Pengaruh Harga terhadap Kepercayaan pada Shopeefood.	72
4.4.4	Pengaruh Gaya hidup terhadap Minat Beli pada Shopeefood.	72
4.4.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli pada Shopeefood.	73
4.4.6	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli pada Shopeefood.	73
4.4.7	pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli pada shopeefood.	74
4.4.8	Pengaruh Gaya hidup terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan sebagai Intervening	74
4.4.9	Pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan sebagai Intervening.	75
4.4.10	pengaruh Harga terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan sebagai Intervening.	76
BAB V	PENUTUP	77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Kontribusi Penelitian	78
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	78
5.4	Saran – Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Penentuan Sampel Berdasarkan Tabel Yount (1999)	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional variabel	42
Tabel 3.3 Pemberian Skor untuk jawaban Kuesioner.....	45
Tabel 3.4 Rangkuman Rule Of Thumb Outer dan Inner Model	48
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin Usia52	
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jurusan	52
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Angkatan.....	53
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Penghasilan	53
Tabel 4.6 pengujian statistic deskriptif Variabel <i>Lifestyle</i>	54
Tabel 4.7 hasil pengujian statistic deskriptif Variabel.....	56
Tabel 4.8 hasil pengujian statistic deskriptif Variabel Harga	57
Tabel 4.9 hasil pengujian statistic deskriptif Variabel Minat Beli	58
Tabel 4.10 hasil pengujian statistic deskriptif.....	59
Tabel 4.11 <i>Loading Factor</i>	61
Tabel 4.12 <i>Loading Faktor</i>	64
Tabel 4.13 <i>Average Variance Extracted</i>	65
Tabel 4.14 <i>Cross Loading</i>	65
Tabel 4.15 <i>composite reability</i>	67
Tabel 4.16 <i>Cronbach Alpha</i>	67
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi.....	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	69
Tabel 4.19 Hasil Uji Pengaruh Efek Mediasi.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konseptual Penelitian	38
Gambar 4.1 Logo Shopee Food	51
Gambar 4.2 Hasil Pengolahan Data Tahap 1.....	61
Gambar 4.3 Hasil Pengolahan Data Step 2.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuisisioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Lembar Tabulasi Data	96