

**PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DAN GAYA HIDUP KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS DI
SHOWROOM YUSUF MOBILINDO DI OKU TIMUR**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Indo Global Mandiri**



Disusun oleh:

**REFI KURNIAWAN
NPM. 2020510020**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Promosi *Online* Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas Pada *Showroom* Yusuf Mobilindo Di Oku Timur
Nama Mahasiswa : Refi Kurniawan
NPM : 2020510020
Program Studi : Manajemen
Pembimbing I : Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA
Pembimbing II : Try wulandari.,SE.,M.Fin.,CFP
Tanggal Ujian Skripsi : 25 Juli 2024

Palembang, 25 Juli 2024

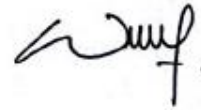
Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA
NIDN. 0201077302

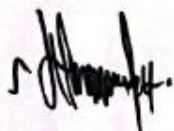
Pembimbing II,



Try Wulandari.,SE.,M.Fin.,CFP
NIDN. 0223109401

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc
NIDN. 0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi



Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D
NIDN. 0208048701

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi *Online* Dan Gaya Hidup
Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil
Bekas Pada *Showroom* Yusuf Mobilindo Di Oku
Timur
Nama : Refi Kurniawan
NPM : 2020510020
Program Studi : Manajemen

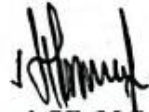
Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Ketua Penguji :




Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA
NIDN. 0201077302

Penguji I :



Shafiera Lazuarni, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA
NIDN. 0213109401

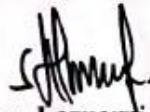
Penguji II :



Meilin Veronica, SE.,MM.,Ak.,CA
NIDN. 0225058402

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuarni, SE.,M.Sc
NIDN. 0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi

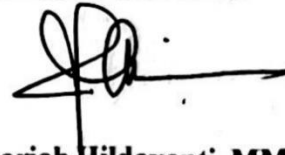
FAKULTAS EKONOMI...


Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D
NIDN. 0208048701

LEMBAR REVISI

Nama : Refi Kurniawan
NPM : 2020510020
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi *Online* Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas Pada *Showroom* Yusuf Mobilindo Di Oku Timur

Ketua Penguji :




Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA
NIDN. 0201077302

Penguji I :



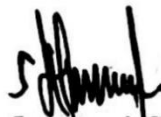
Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA
NIDN. 0213109401

Penguji II :



Meilin Veronica, SE.,MM.,Ak.,CA
NIDN. 0225058402

Palembang, 25 Juli 2024
Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc
NIDN. 0213109401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Refi Kurniawan

NPM : 2020510020

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 12 Agustus 2024



Refi Kurniawan
NPM. 2020510020

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi *Online* Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas Pada *Showroom* Yusuf Mobilindo Di Oku Timur”. Dalam penyusunan proposal skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Marzuki Alie, SE., MM selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Endah Dewi Pumamasari, SE, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Shafiera Lazuarni, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA selaku Dosen Pembimbing I
5. Try Wulandari.,SE.,M.Fin.,CFP. selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Seluruh staf tata usaha, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
8. Keluarga dan Sodara ku tercinta, serta Ayuk ku terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan doa di setiap keringat yang tak terhingga hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita.
9. Teman-teman Manajemen Angkatan 2020 atas segala kebersamaan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.
10. Untuk diri sendiri yang suda mampu dan mau berjuang hingga detik ini melawati berbagai macam badai namun tetap tegar dan kuat menghadapinya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga proposal ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.

Palembang, 25 Juli 2024

Penyusun,



Refi Kurniawan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Promosi online dan gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Showroom Yusuf Mobilindo di Oku Timur. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Teknik penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Hair et al (2019) yaitu 10 kali dari jumlah seluruh indikator sehingga jumlah sampel penelitian sebanyak 110 responden. Analisis data menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda dengan uji t (parsial) , uji F (simultan), dan uji R. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi *Online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli konsumen mobil bekas di *Showroom* Yusuf Mobilindo dilihat dari hasil yang diperoleh dengan nilai t_{hitung} sebesar $3.772 > t_{tabel}$ 1.981 dengan tingkat signifikansi $0,000 < probabilitas$ 0,05. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembeli konsumen mobil bekas di *Showroom* Yusuf Mobilindo hasil yang diperoleh dengan nilai t_{hitung} sebesar $2.908 > t_{tabel}$ 1.981 dengan tingkat signifikansi $0,000 < probabilitas$ 0,05. Promosi *online* dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli konsumen di *Showroom* Yusuf Mobilindo. Hal ini terlihat dari hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} 19,627 > F_{tabel} 3,08 dengan nilai dan tingkat signifikansi $0,000 < 005$. Hasil nilai korelasi untuk variabel promosi *online* (X_1) dan gaya hidup (X_2) hubungannya dengan keputusan pembeli (Y) adalah 0.518, maka hubungannya adalah positif. Pada perhitungan R Square didapatkan 0,268, artinya gabungan pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap Y sebesar 26,8%. Sisanya sebesar 73,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Promosi *Online*, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of online promotions and consumer lifestyles on the decision to buy used cars at the Yusuf Mobilindo Showroom in East Oku. This type of research is quantitative descriptive. The technique of determining the number of samples uses the Hair et al formula, which is 10 times the number of all indicators, so that the number of research samples is 110 respondents. Data analysis uses data quality test, classical assumption test, and multiple linear regression analysis with t test (partial), F test (simultaneous), and R test. The results of the study show that Online Promotion has a positive and significant effect on the Decision of Buyers of used cars at the Yusuf Mobilindo Showroom as seen from the results obtained with a calculation value of 3,772 > a table of 1,981 with a significance level of 0.000 < probability of 0.05. Lifestyle has a positive and significant effect on the Decision of Buyers of used cars at the Yusuf Mobilindo Showroom, the results obtained with a calculation value of 2,908 > 1,981 with a significance level of 0.000 < probability of 0.05. Online promotions and lifestyle simultaneously have a positive and significant effect on consumer buyer decisions at the Yusuf Mobilindo Showroom. This can be seen from the results of the F test obtained a value of Fcal 19.627 > Ftable 3.08 with a value and significance level of 0.000 < 0.05. The result of the correlation value for the online promotion variable (X1) and lifestyle (X2) in relation to buyer decision (Y) is 0.518, so the relationship is positive. In the calculation of R Square, 0.268 was obtained, meaning that the combined influence of variables X1 and X2 on Y was 26.8%. The remaining 73.2% was influenced by other variables that were not studied.

Keywords: Online Promotion, Lifestyle, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR REVISI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Gambaran Umum Perusahaan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Promosi <i>Online</i>	12
2.1.1 Pengertian Promosi <i>Online</i>	12
2.1.2 Faktor Promosi <i>Online</i>	13
2.1.3 Indikator Promosi <i>Online</i>	15
2.2 Gaya Hidup	16
2.2.1 Pengertian Gaya Hidup	16
2.2.2 Faktor Gaya Hidup.....	18
2.2.3 Indikator Gaya Hidup	19
2.3 Keputusan Pembelian.....	20
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	20
2.3.2 Faktor Keputusan Pembelian	21
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	22
2.4 Penelitian Terdahulu	22
2.5 Kerangka Pemikiran.....	29
2.6 Hipotesis.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	31
3.2 Objek Penelitian	31
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.4 Batasan Penelitian	29
3.5 Jenis dan Sumber Data	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	31

3.7 Teknik Analisis	35
3.8 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Hasil Penelitian	42
4.1.1 Karakteristik Responden.....	42
4.1.2 Uji Kualitas Data	47
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.1.4 Regresi Linear Berganda	54
4.1.5 Uji Hipotesis	55
4.2 Pembahasan.....	59
4.2.1 Pengaruh Promosi <i>Online</i> (X_1) terhadap Keputusan Pembeli (Y).....	59
4.2.2 Pengaruh Gaya Hidup (X_2) terhadap Keputusan Pembeli (Y)	61
4.2.3 Pengaruh Promosi <i>Online</i> (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) terhadap Keputusan Pembeli (Y).....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
Lampiran	77