

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN MOTIVASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MENGGUNAKAN OVO
PAYMENT (STUDI KASUS : GENERASI MILENIAL DI
JAKARTA)**

TUGAS AKHIR



SHARKY ADRIAN

1161001149

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Sharky Adrian

NIM : 1161001149

Tanda Tangan : 

Tanggal : 19 Agustus 2020


HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Sharky Adrian
NIM : 1161001149
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Menggunakan OVO-Payment (Studi Kasus: Generasi Milenial di Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M. ()

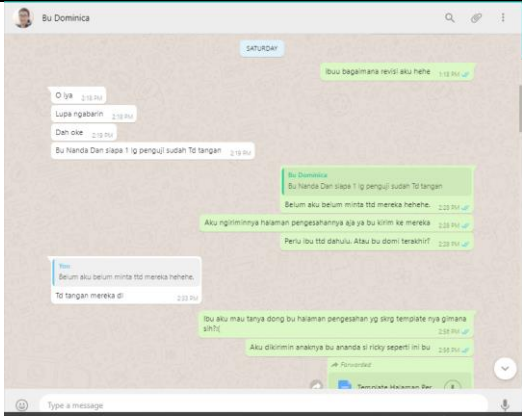
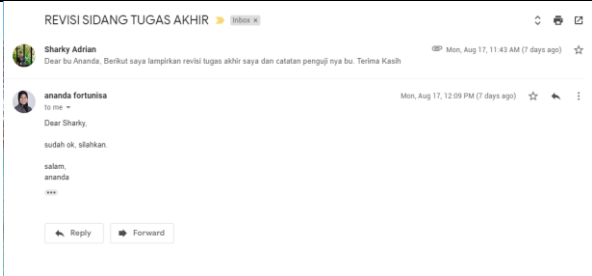
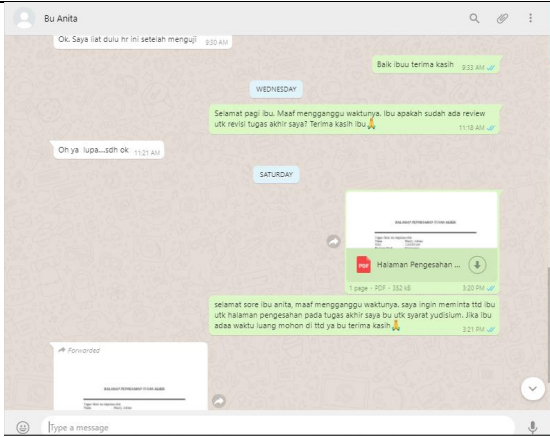
Penguji I : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si. ()

Penguji II : Ir. M. Th. Anitawati, M.S., M.Sc. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 22 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN MELALUI DARING

<p>NAMA MAHASISWA / NIM</p>	<p>Sharky Adrian / 1161001149</p>
<p>JUDUL SKRIPSI</p>	<p>Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Menggunakan OVO-Payment (Studi Kasus : Generasi Milenial di Jakarta)</p>
<p>DISETUJUI TANGGAL</p>	<p>22 Agustus 2020</p>
<p>PEMBIMBING</p>	
<p>PEMBAHAS</p>	
<p>PENGUJI</p>	

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Ovo Payment (Studi Kasus : Generasi Milenial Di Jakarta)”**. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Papa, Mama, Kak Deby, Rangga, Bunda Linda dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis selama masa perkuliahan.
2. Ibu Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
3. Ibu Ananda Fortunisa, SE, M.Si selaku dosen pembahas dalam seminar proposal dan sidang tugas akhir penulis yang telah banyak memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini dan memberikan banyak masukan kepada penulis.
4. Ibu Anitawati, M. Th, selaku dosen penguji dalam sidang tugas akhir penulis yang memberikan masukan dalam penulisan tugas akhir dan memberikan masukan kepada penulis.
5. Bapak Aurino Djamaris, Ir, MM.s yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dan mengajari penulis dalam melakukan uji analisis menggunakan SPSS.

6. Teman-teman seperjuangan penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir ini yaitu keluarga besar *Olive House Kost* dan keluarga besar Himpunan Mahasiswa Manajemen yang selalu memberikan semangat dan mendukung penulis dalam melakukan penelitian.
7. Bapak Usep Munandar selaku Business Manager PT. Sinergi Performa Cipta, yang selalu memberikan arahan, semangat dan *mentoring* kepada penulis.
8. *Team Operation* PT. Metraplaza (Kak Muti, Kak Nurul) yang selalu memberi semangat, dukungan dan nasihat kepada penulis.
9. Teman-teman “Ono Hot Dog” (Rama, Sean, Dwiky, Jeremy, Aras dan Raihan) yang selalu memberikan semangat dan mendukung penulis dalam melakukan penelitian.
10. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu terimakasih atas doa dan dukungannya.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak yang terkait kedepannya.

Jakarta, 19 Agustus 2020

Penulis

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN MOTIVASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MENGGUNAKAN OVO
PAYMENT (STUDI KASUS : GENERASI MILENIAL DI
JAKARTA)**

Sharky Adrian¹

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Menggunakan OVO-Payment (Studi Kasus : Generasi Milenial di Jakarta)” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel gaya hidup dan motivasi terhadap keputusan pembelian produk menggunakan OVO-Payment. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Jakarta khususnya generasi milenial yang menggunakan OVO. Jumlah sampel sebanyak 196 orang yang diambil melalui teknik purposive sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data primer menggunakan kuesioner . Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melakukan uji statistic yaitu uji t (Parsial) dan uji F (Simultan).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup secara parsial tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk menggunakan OVO-Payment. Sedangkan pada variabel motivasi terdapat pengaruh secara positif dan signifikan. Secara simultan/bersama-sama gaya hidup dan motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk menggunakan OVO-Payment. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian selain gaya hidup dan motivasi yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Generasi Milenial, Motivasi, Keputusan Pembelian

¹ Mahasiswa Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen

**THE EFFECT OF LIFESTYLE AND MOTIVATION ON
PRODUCT PURCHASING DECISIONS USING OVO-PAYMENT
(CASE STUDY: MILLENNIAL GENERATION IN JAKARTA)**

Sharky Adrian¹

ABSTRACT

This thesis is entitled "The Effect of Lifestyle and Motivation on Product Purchasing Decisions Using OVO-Payment (Case Study: Millennial Generation in Jakarta)" This study aims to analyze the influence of lifestyle variables and motivation on product purchasing decisions using OVO-Payment. The sample used in this study is the Jakarta community, especially millennials who use OVO. The number of samples is 196 people taken through purposive sampling technique. The research method used is a quantitative approach with primary data collection using a questionnaire. The analytical method used is multiple linear regression. Hypothesis testing is done by doing a statistical test that is T test (partial) and F test (simultaneous).

The results of this study indicate that lifestyle variables partially do not have a positive and significant effect on product purchasing decisions using OVO-Payment. While the motivation variable, it has positive and significant effect. Simultaneously / together, lifestyle and motivation has influences on product purchasing decisions using OVO-Payment. So it could give the bigger picture about the factors that influence people on making decision while purchasing products beside lifestyle and motivation whose are free variables in this study.

Keywords: Lifestyle, Millennial Generation, Motivation, Decision Making While Purchasing Products

¹Student of Universitas Bakrie, Management Major

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS ...	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Gaya Hidup	11
2.1.2 Perilaku Konsumen	20
2.1.3 Generasi Milenials	25
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Pemikiran	42
2.4 Pengembangan Hipotesis	43
BAB III METODEOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Metodeologi Penelitian	44
3.2 Operasional Variabel.....	44
3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	45
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.4.1 Sumber Data.....	47
3.4.2 Skala Pengukuran.....	48
3.5 Populasi dan Sampel.....	48

3.5.1 Populasi.....	48
3.5.2 Sampel.....	49
3.6 Teknik Analisis Data	50
3.6.1 Uji Instrumen	50
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	52
3.6.3 Uji Kelayakan Model.....	53
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Penelitian	56
4.1.1 Pre-Test Kuesioner	56
4.1.2 Uji Validitas.....	56
4.1.3 Uji Reliabilitas.....	57
4.2 Analisis Karakteristik Responden.....	58
4.2.1 Jenis Kelamin	58
4.2.2 Umur	59
4.2.3 Domisili	60
4.2.4 Pekerjaan.....	60
4.2.5 Pengeluaran.....	61
4.3 Analisis Deskriptif Dimensi Gaya Hidup (X1)	62
4.4 Analisis Deskriptif Variabel Motivasi (X2)	65
4.5 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	66
4.6 Uji Normalitas	67
4.6.1 Normalisasi data	68
4.7 Uji Asumsi Klasik	72
4.7.1 Normalitas Residual.....	72
4.7.2 Uji Multikolonieritas	74
4.7.3 Uji Heterokedatisitas	75
4.8 Uji Kelayakan Model.....	76
4.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
4.8.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T).....	78
4.8.3 Uji F (Simultan)	81
4.8.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	82
4.9 Pembahasan.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87

5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	93
1. Kuesioner	93
2. Tabel Hasil Uji Validitas	98
3. Tabel Hasil Uji Reliabilitas	99
4. Tabel Hasil Analisis Karakteristik Responden	99
a. Proyeksi Jenis Kelamin	99
b. Proyeksi Umur Responden.....	99
c. Domisili Responden	99
d. Proyeksi Pekerjaan Responden	100
e. Proyeksi Pengeluaran Reponden dalam Sebulan	100
5. Analisis Deskriptif.....	100
a. Analisis Deskriptif Variabel Gaya Hidup.....	100
b. Analisis Deskriptif Variabel Motivasi	102
c. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	102
6. Normalitas Data	103
a. Linier Regresi.....	104
b. Normalisasi <i>Data Outliers</i> Variabel Gaya Hidup	104
c. Normalisasi <i>Data Outliers</i> Variabel Motivasi	105
d. Normalisasi <i>Data Outliers</i> Variabel Keputusan Pembelian	105
e. Hasil Normalisasi Data Setelah Membuang <i>Outliers</i>	106
7. Uji Asumsi Klasik	106
a. Uji Normalitas Residual	106
b. Hasil P-P Plot Normalitas Residual.....	107
c. Hasil Uji Multikolonieritas	107
d. Hasil Uji Heterokedatisitas	108
8. Uji Kelayakan Model.....	109
a. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	109
b. Hasil Uji T.....	109
c. Hasil Uji F.....	109
d. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Tinjauan Umum Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Data Proyeksi Umur Pengguna Internet.....	2
Gambar 1.3 Data Aktivitas User Pada E-Commerce.....	3
Gambar 1.4 Data 3 Dompot Digital Terbesar di Indonesia.....	5
Gambar 1.5 Data Penggunaan Fitur OVO Paylater.....	6
Gambar 2.1 Lifestyle Dimension.....	17
Gambar 4.1 Linear Regression.....	69
Gambar 4.2 Data Outliers pada Dimensi Gaya Hidup (X1).....	70
Gambar 4.3 Data Outlier pada Variabel Motivasi.....	70
Gambar 4.4 Data Outliers pada Variabel Keputusan Pembelian.....	71
Gambar 4.5 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.....	74
Gambar 4.6 Hasil Scatter Plot.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	45
Tabel 4.1 Pre Test Kuesioner	56
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas 35 Responden (Pre-Test)	58
Tabel 4.3 Proyeksi Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 4.4 Proyeksi Umur Responden	59
Tabel 4.5 Domisili Responden	60
Tabel 4.6 Pekerjaan Responden	61
Tabel 4.7 Proyeksi Pengeluaran Responden	61
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Gaya Hidup	62
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Motivasi	65
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.11 Uji Normalitas Data	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas After Removed the Outliers	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Residual	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linear Berganda (Coefficients)	77
Tabel 4.16 Hasil Uji T	79
Tabel 4.17 Uji F (ANOVA)	81
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	82