

**ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX, E-TRUST DAN LIFESTYLE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI BUKALAPAK (STUDI
KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**Oleh : Muslimin Wahyu Asih
20.1041.1002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

**ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX, E-TRUST DAN LIFESTYLE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI BUKALAPAK (STUDI
KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**Oleh : Muslimin Wahyu Asih
20.1041.1002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muslimin Wahyu Asih

NIM : 2010411002

Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa sebenar-benarnya karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX, E-TRUST DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI BUKALAPAK (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER)**; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika ada beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan di instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 18 Juni 2024

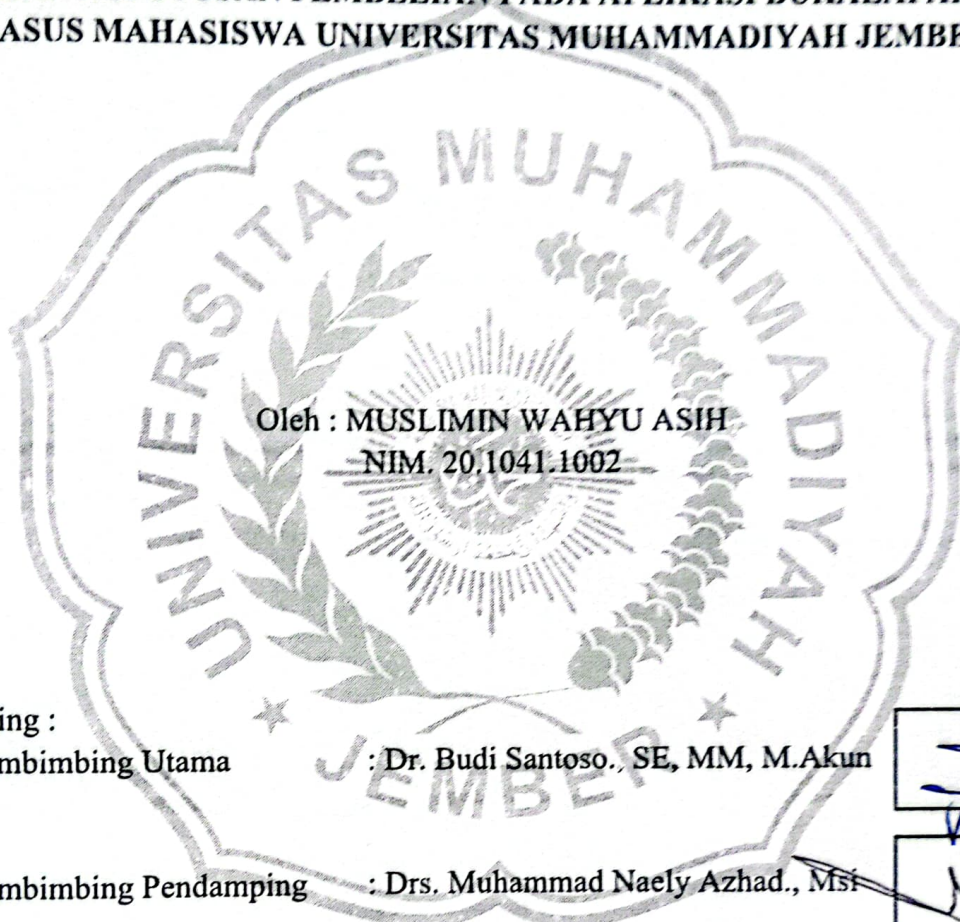


Muslimin Wahyu Asih

NIM. 20.1041.1002

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX, E-TRUST DAN LIFESTYLE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI BUKALAPAK (STUDI
KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER)



Oleh : MUSLIMIN WAHYU ASIH
NIM. 20.1041.1002

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama

: Dr. Budi Santoso., SE, MM, M.Akun

Dosen Pembimbing Pendamping

: Drs. Muhammad Naely Azhad., Msi

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Analisis Pengaruh Marketing Mix, E-Trust dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Bukalapak (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember)

Hari : Sabtu

Tanggal : 08 Juni 2024

Tempat : Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Trias Setyowati., SH., SE., MM

NPK. 1972032710509477

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Budi Santoso., SE., MM., M.Akun

NPK. 1967101611509773

Drs. Muhammad Naely Azhad., Msi

NPK. 196612311993031006

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Program Studi,

Maheni Ika Sari., SE, MM
NIP. 197708112005012001

Dr. Trias Setyowati., SH., SE., MM
NPK. 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman dan kasih sayang-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan terimakasih banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini :

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Terima kasih kepada orang tua dan juga keluarga besar saya yang telah setia menemani, membimbing, memahami, mendukung, menasehati dan mendoakan saya setiap saat.
3. Terima kasih kepada ibu saya (Ibu Emil Ermawati) yang telah membesarkan saya, mendidik saya, bekerja keras untuk biaya kuliah dan semua kebutuhan saya dengan mengorbankan banyak hal.
4. Terima kasih kepada Bapak saya (Bapak Hermanto) yang selama ini juga telah bekerja keras membanting tulang untuk biaya sekolah dan biaya kebutuhan kami sekeluarga dengan mengorbankan banyak hal.
5. Terimakasih kepada adik kandung saya (Muhammad Amin Tohari) karena sudah menjadi adik terbaik untuk saya selama ini, semoga kita kedepannya bisa sukses sama-sama.
6. Terimakasih kepada alm. Kakak dan alm. Adek saya (Hesti Subekti dan Siti Nur Aisyah) yang mungkin di alam sana selalu mendukung saya dan menyemangati saya dalam keadaan apapun.
7. Terima kasih kepada Dosen Pembimbing dan Penguji yang telah membantu mendampingi, membimbing dan mendukung saya dalam penyusunan skripsi.
8. Terima kasih kepada Bukalapak karena dengan adanya Bukalapak saya menjadi memperoleh inspirasi mengenai judul skripsi yang saya buat berdasarkan fenomena atau permasalahan yang ada.
9. Terimakasih kepada sahabat seperjuangan saya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2020.

MOTTO

“Bersungguh-sungguhlah terhadap apa yang bermanfaat bagimu, mintalah pertolongan pada allah dan jangan lemah” (HR. Muslim No. 26641)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan” (QS. Al-Insyirah: 5)

“Sesungguhnya allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, sehingga mereka merubah apa yang ada pada diri mereka sendiri”, (QS. Ae-Ra’d: 11)

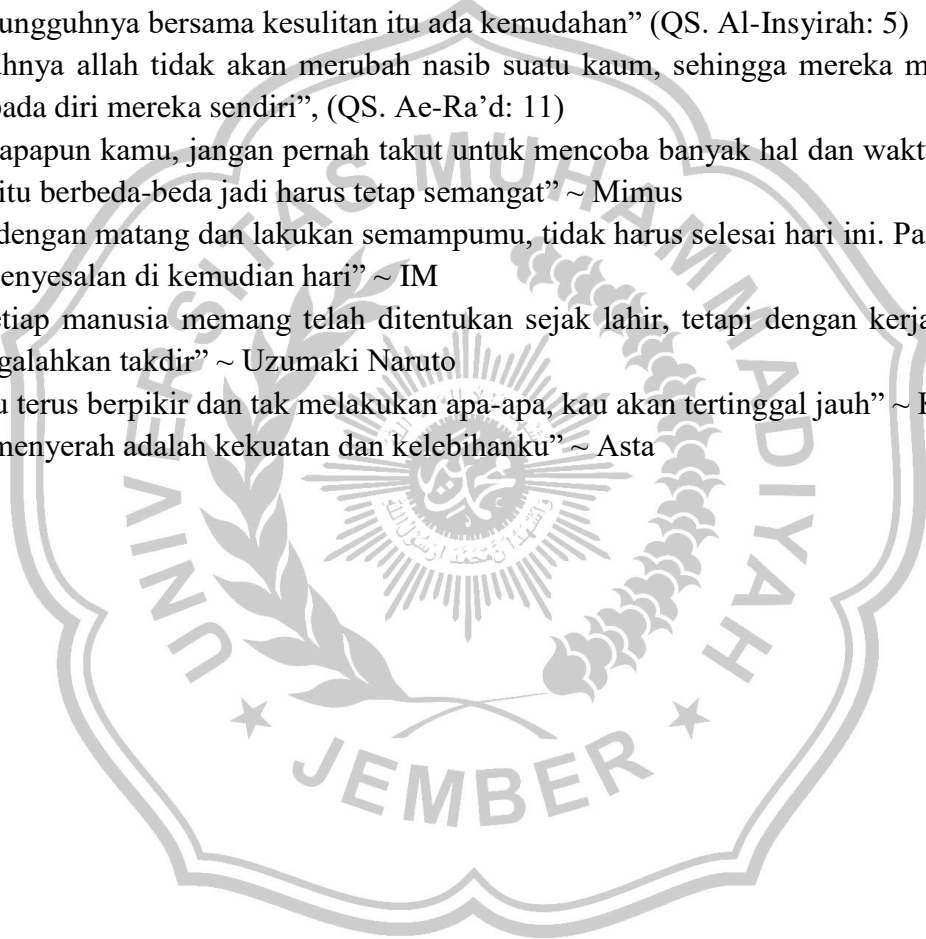
“Sebodoh apapun kamu, jangan pernah takut untuk mencoba banyak hal dan waktu berproses seseorang itu berbeda-beda jadi harus tetap semangat” ~ Mimus

“Pikirkan dengan matang dan lakukan semampumu, tidak harus selesai hari ini. Pastikan tidak akan ada penyesalan di kemudian hari” ~ IM

“Takdir setiap manusia memang telah ditentukan sejak lahir, tetapi dengan kerja keras kita dapat mengalahkan takdir” ~ Uzumaki Naruto

“Kalau kau terus berpikir dan tak melakukan apa-apa, kau akan tertinggal jauh” ~ Killua

“Pantang menyerah adalah kekuatan dan kelebihanku” ~ Asta



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan hanya pada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Pengaruh *Marketing Mix*, *E-Trust* dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Bukalapak (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember).

Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi M.Pd. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Jember
2. Ibu Maheni Ika Sari., SE., MM dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
3. Ibu Trias Setyowati., SH., SE., MM selaku dosen penguji utama
4. Bapak Dr. Budi Santoso., SE., MM., M.Akun selaku dosen pembimbing I dan
5. Bapak Drs. Muhammad Naely Azhad., MSi selaku dosen pembimbing II yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tua, adik, alm. Kakak dan alm. Adik yang selalu mendukung saya dalam penyelesaian skripsi ini
8. Sahabat seperjuangan saya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2020

Atas amal baik yang diberikan kepada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat dan hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 18 Juni 2024



Muslimin Wahyu Asih

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN TEORI	8
2.1. Landasan Teori	8
2.2. Penelitian Terdahulu	15
2.3. Kerangka Pemikiran	18
2.4. Hipotesis	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1. Identifikasi Variabel	22
3.2. Definisi Operasional Variabel	22
3.3. Desain Penelitian	23
3.4. Jenis Data	24
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	24
3.6. Teknik Pengumpulan Data	25
3.7. Teknik Analisis Data	28
3.8. Uji Asumsi Klasik	29
3.9. Uji Hipotesis	30
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.2. Analisis Deskriptif	34
4.3. Tabel Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel	35
4.4. Uji Instrumen Data	38
4.5. Uji Asumsi Klasik	40
4.6. Uji Hipotesis	42
4.7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43

4.8. Pembahasan	43
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1. Kesimpulan	48
5.2. Saran	48
5.3. Keterbatasan Data	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	56

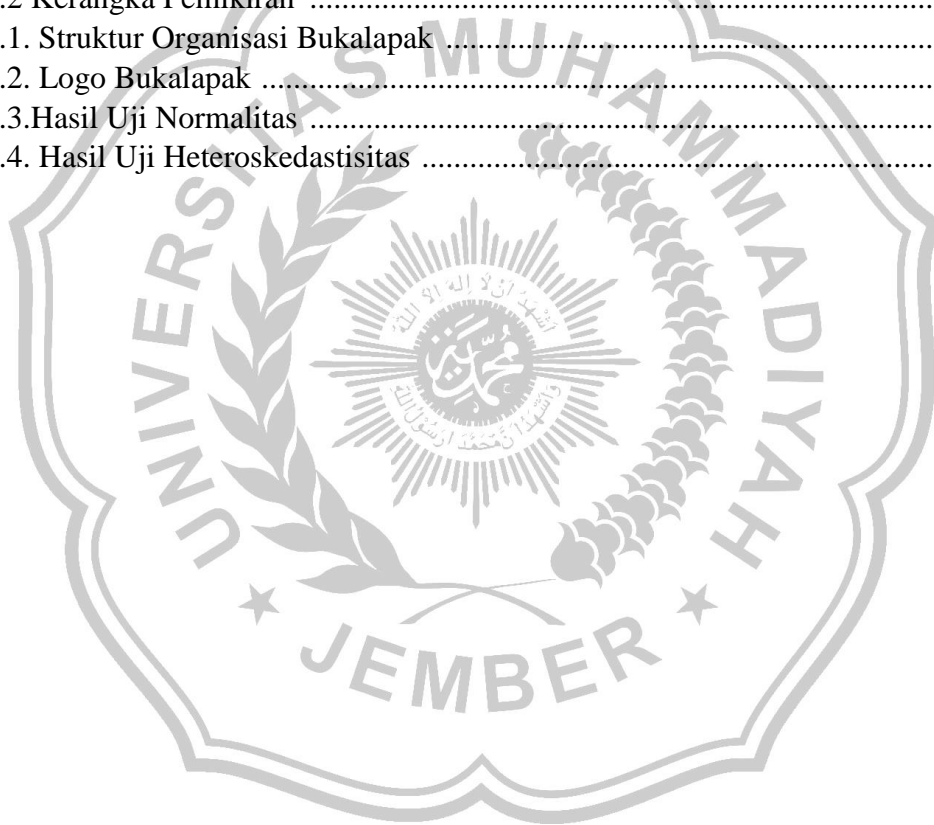


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Reseach Gap</i> Hasil Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Unmuh Jember Angkatan 2020-2023	24
Tabel 3.2 Jumlah Populasi dan Sampel	27
Tabel 4.1. Data Responden Mahasiswa Sesuai Fakultas Angkatan 2020-2023	34
Tabel 4.2. Jumlah Pembelian Mahasiswa dalam Satu Bulan	35
Tabel 4.3. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Produk	35
Tabel 4.4. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Harga	36
Tabel 4.5. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Promosi	36
Tabel 4.6. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Bukti Fisik	37
Tabel 4.7. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kemampuan	37
Tabel 4.8. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Integritas	38
Tabel 4.9. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kebijakan	38
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Aktivitas	39
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Minat	39
Tabel 4.12. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Opini	40
Tabel 4.13. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian Produk	40
Tabel 4.14. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Penentuan Pembelian Produk	41
Tabel 4.15. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Produk	41
Tabel 4.16. Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4.17. Hasil Uji Reabilitas	42
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	43
Tabel 4.19. Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.20. Hasil Uji t Parsial	46
Tabel 4.21. Hasil Uji R^2	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia 2018-2027	1
Gambar 1.2. Grafik Jumlah Pengunjung Kuartal III 2023	4
Gambar 1.3. Presentase Mahasiswa Pengguna Bukalapak Unmuh Jember	5
Gambar 1.4. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Bukalapak	5
Gambar 2.1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian Menurut Kotler	13
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Bukalapak	33
Gambar 4.2. Logo Bukalapak	34
Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas	40
Gambar 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Responden	56
Lampiran 2 Bukti Responden Menggunakan dan Pernah Melakukan Pembelian Melalui Aplikasi Bukalapak	60
Lampiran 3 Bukti Pengisian Kuisisioner	61
Lampiran 4 Sosial Media Bukalapak dan Situs Bukalapak	63
Lampiran 5 Data Tabulasi Identitas Responden	64
Lampiran 6 Rekapitulasi Kuisisioner	66
Lampiran 7 Hasil Uji Instrumen Data	68
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik	71
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	72
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis	73
Lampiran 11 Rtabel	74
Lampiran 12 Ttabel	76

