

**PENGARUH PESAN KELANGKAAN, KOMPETISI KONSUMEN,
DAN KONSEP DIRI DIMEDIASI GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN PRIA DI TOKO *EGO
BROTHERS* KOTA KUPANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



OLEH

HANDLY BERNADUS BIKU MONA
NIM: 32119122

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PESAN KELANGKAAN, KOMPETISI KONSUMEN,
DAN KONSEP DIRI DIMEDIASI GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN PRIA DI TOKO
EGO BROTHERS KOTA KUPANG

Yang diajukan oleh:


Nama : Handly Bernadus Biku Mona
NIM : 32119122
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

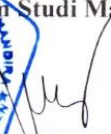
Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing dan diuji di Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik
Widya Mandira Kupang

Pembimbing I


Drs.Ec. Gaudensius Djuang,MM
NIDN: 0808015901

Pembimbing II


Sefiana Goetha, SE, MM
NIDN: 1518039401

Kupang2024
Ketua Program Studi Manajemen

Hedwigh H. T. Lejap, SE,MM
NIDN: 1516109301

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Senin, 01 Juli 2024
Jam : 11.00 Sampai Selesai
Tempat : *Conference Room*
Atas Nama : Handly Bernadus Biku Mona
NIM : 32119122
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)
2. Sekretaris : Selfiana Goetha, SE, MM (.....)
3. Penguji I : Maria A. L. Amaral, SE, MM (.....)
4. Penguji II : Apryanus Fallo, SE, MM (.....)
5. Penguji III : Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)

MENGETAHUI


Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Dr. M. E. Perseveranda, SE., MM
NIDN: 0819066703


Ketua
Program Studi Manajemen
Hedwigh H. T. Lejap, SE,MM
NIDN: 1516109301

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Handly Bernadus Biku Mona
No Registrasi : 32119122
Fakultas/Program Studi : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH PESAN KELANGKAAN, KOMPETISI KONSUMEN,
DAN KONSEP DIRI DIMEDIASI GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN PRIA DI TOKO
EGO BROTHERS KOTA KUPANG**

Adalah benar – benar karya saya sendiri dan apabila dikemudian hari ditemukan unsur-unsur plagiarisme, maka saya bersedia diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kupang, Juli 2024



Handly Bernadus Biku Mona

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”

(Amsal 23:18)

“You don’t have to be great to start, but you have to start to be great”

(Caroline Calista)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Silvester Mona dan Ibu Norida Hongly Mona-Tafui, yang bersusah payah membiayai studi dan tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudara/saudari terkasih, Shirley, Sintia, Florachita, Ko epin, Calista, Mellensia, Kezia, Anjelin yang selalu mendukung dan memotivasi untuk tetap semangat.

Kupang, Juni 2024

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “**Pengaruh Pesan Kelangkaan, Kompetisi Konsumen dan Konsep Diri Dimediasi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pria di Toko *Ego Brothers* Kota Kupang**”, dapat diselesaikan. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M. E. Perseveranda, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Br. Salomon Leki, SVD, SE., M.Ec.Dev selaku Wakil Dekan I, Ibu Rere Paulina Bibiana, SE, M.Si selaku Wakil Dekan II FEB Universitas Katolik Mandira Kupang, yang telah membimbing dan memberikan perhatian, dukungan, motivasi serta pelayanan administrasi akademik selama kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Bapak Hedwigh H. T. Lejap, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Selfiana Goetha, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik

Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu selama masa perkuliahan sampai pada akhir penulisan skripsi ini.

4. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Dosen Pembimbing I, Ketua Panitia Ujian Skripsi dan Penguji III serta Ibu Selfiana Goetha, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II dan Sekretaris Panitia Ujian yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Maria A. Lopes Amaral, SE, MM selaku Penguji I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
6. Bapak Apryanus Fallo, SE, MM selaku Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
7. Seluruh Dosen pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
8. Ibu Angelina Penun, SH selaku Kepala Tata Usaha dan seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis, yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi.
9. Toko *Ego Brothers* Kota Kupang, atas diberikannya kesempatan seluas-luasnya untuk dapat melakukan penelitian dan telah memberikan informasi, data dan bentuk lainnya yang mendukung dalam penelitian ini.
10. Bapak Silvester Mona dan Ibu Norida Hongly Mona-Tafui, atas segala doa dan pengorbanan yang tulus, beserta saudara-saudari, Shirley,

Sintia, Florachita, Ko epin, Calista, Mellensia, Kezia, yang selalu memberikan dukungan dan doa.

11. Teman-teman seangkatan tahun 2019, yaitu (Anjelin Tapatfeto, Michkael A. Ola Masan, Archilio F. Si'I Ra'e, Vandrianus Agam, Primus Feka, Gerald Purwanto, Alpin Abu, Alka Saputra, Gian Tjung dan George Tjung), yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan memberi dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama kuliah dan penulisan skripsi ini.

12. *Last but not least, I wanna thank me, I am the one who was able to get through many things in my life, things that are difficult to live and difficult to leave behind, I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive, I wanna thank me for trying to do more right than wrong, I wanna thank me for just being me all time.*

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna penyempurnaan karya ilmiah di masa yang akan datang. Semoga Tuhan Yesus senantiasa memberkati kita semua.

Kupang, Juni 2024

Penulis

ABSTRAK

Handly B. B Mona (32119122), dengan judul penelitian “Pengaruh Pesan Kelangkaan, Kompetisi Konsumen, dan Konsep Diri Dimediasi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pria di Toko *Ego Brothers* Kota Kupang” di bawah bimbingan Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Ibu Selfiana Goetha, SE, MM selaku Pembimbing II.

Ego Brothers merupakan usaha ritel yang menyediakan beberapa kebutuhan pakaian pria, aksesoris dan perlengkapan lainnya bagi segala kalangan, baik pelajar maupun pekerja. Perkembangan data penjualan pakaian pria pada Toko *Ego Brothers* di Kota Kupang Januari 2018 - Januari 2022 mengalami fluktuasi. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui persepsi konsumen tentang pesan kelangkaan, kompetisi konsumen, gambaran konsep diri, gaya hidup dan keputusan pembelian pakaian pria pada Toko *Ego Brothers* Kota Kupang. (2) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh pesan kelangkaan, kompetisi konsumen dan konsep diri secara parsial terhadap gaya hidup pada keputusan pembelian pakaian pria pada Toko *Ego Brothers* Kota Kupang. (3) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh pesan kelangkaan, kompetisi konsumen, konsep diri dan gaya hidup secara parsial terhadap keputusan pembelian pakaian pria pada Toko *Ego Brothers* Kota Kupang. (4) Untuk mengetahui gaya hidup memediasi pengaruh pesan kelangkaan, kompetisi konsumen dan konsep diri terhadap keputusan pembelian pakaian pria pada Toko *Ego Brothers* Kota Kupang.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pria yang ada di Kota Kupang yang pernah melakukan pembelian pakaian pria di Toko *Ego Brothers*. Sampel dalam penelitian ini yaitu 114 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut sumbernya yaitu data primer dan data sekunder, sedangkan menurut sifatnya meliputi data kualitatif dan data kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisioner, wawancara, dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial (PLS).

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel pesan kelangkaan, kompetisi konsumen, konsep diri, gaya hidup, dan keputusan pembelian, semua variabel ini termasuk dalam kategori cukup baik. Hasil analisis statistik inferensial (PLS) menunjukkan bahwa: (1) kompetisi konsumen dan konsep diri secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup, sedangkan pesan kelangkaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap gaya hidup dalam pembelian pakaian pria di Toko *Ego Brothers* Kota Kupang. (2) kompetisi konsumen dan gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan pesan kelangkaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dan konsep diri berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pria di Toko *Ego Brothers* Kota Kupang. (3) variabel gaya hidup mampu memediasi pengaruh kompetisi konsumen dan konsep diri terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel gaya hidup tidak memediasi pengaruh pesan kelangkaan terhadap keputusan pembelian pakaian pria di Toko *Ego Brothers* Kota Kupang. Nilai koefisien determinasi (R^2) variabel gaya hidup sebesar 50,8%, dan keputusan pembelian sebesar 57,7%, sisanya sebesar 49,2% dan 42,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, disarankan kepada Toko *Ego Brothers* Kota Kupang agar lebih konsisten dalam melakukan promosi penjualan, secara khusus ketika menjual pakaian pria langka dengan jumlah terbatas. Toko *Ego Brothers* Kota Kupang perlu mengembangkan pakaian pria secara khusus pada keaslian merek dan kualitasnya dan harus konsisten dalam menyediakan pakaian pria bermerek, sehingga saat berkompetisi konsumen tidak kehilangan kesempatan untuk mendapatkan pakaian pria yang diinginkan. Toko *Ego Brothers* Kota Kupang perlu menambah pakaian pria dengan model mewah dan eksklusif yang dapat membangun kepribadian konsumen sesuai dengan konsep diri atau gambaran diri mereka.

Kata Kunci : Pesan Kelangkaan, Kompetisi Konsumen, Konsep Diri, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Manajemen Pemasaran	15
B. Keputusan Pembelian	17
C. Gaya Hidup	22
D. Pesan Kelangkaan	28
E. Kompetisi Konsumen	31
F. Konsep Diri	33
G. Penelitian Terdahulu	35
H. Kerangka Pemikiran	37

I. Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Tempat dan Waktu Penelitian	44
B. Populasi dan Sampel	45
C. Jenis Data	46
D. Teknik Pengumpulan Data	49
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran ...	50
F. Analisis Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Karakteristik Responden	62
B. Teknik Analisis Data	66
C. Pembahasan Penelitian	86
BAB V KESIMPULAN	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Pakaian Pria Di Toko <i>Ego Brothers</i> Kota Kupang Tahun 2018-2022	7
Tabel 3.1 Variabel, Definisnisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran ..	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	65
Tabel 4.5 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Pesan Kelangkaan (X1)	66
Tabel 4.6 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Kompetisi Konsumen (X2)	67
Tabel 4.7 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Konsep Diri (X3)	68
Tabel 4.8 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Gaya Hidup (Y1)	69
Tabel 4.9 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian (Y2)	70
Tabel 4.10 Hasil anallisis <i>Outer Loadings (Measurement Model)</i>	73
Tabel 4.11 <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	74
Tabel 4.12 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	75
Tabel 4.13 Nilai <i>Composite Reliability</i>	76
Tabel 4.14 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	76
Tabel 4.15 <i>Path Coefficient</i>	78
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan <i>R-Square</i>	78

Tabel 4.17 Hubungan Langsung Antara Pesan Kelangkaan, Kompetisi Konsumen, Konsep Diri, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian	80
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Total <i>Spesific Indirect Effects</i>	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen Secara Keseluruhan	21
Gambar 2.2 Skema Kerangka Berpikir	43
Gambar 4.1 Analisis Jalur Untuk Melihat <i>Outer Model (Convergent Validity)</i>	74
Gambar 4.2 Diagram <i>Path</i> Hubungan Antara Pesan Kelangkaan, Kompetisi Konsumen, Konsep Diri, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian	.80