



**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KONSER  
(STUDI PADA DYANDRA GLOBAL EDUTAINMENT)**

**SKRIPSI**

**NADILA SYALAISHA 2110111162**

**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2024**



**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KONSER  
(STUDI PADA DYANDRA GLOBAL EDUTAINMENT)**

**SKRIPSI**

**NADILA SYALAISHA 2110111162**

**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Nadila Syalaisha

NIM : 2110111162

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 04 Desember 2024

Yang menyatakan,



Nadila Syalaisha

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadila Syalaisha  
NIM : 2110111162  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : SI Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

### Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Konser (Studi Pada Dyandra Global Edutainment)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 04 Desember 2024

Yang menyatakan,



Nadila Syalaisha

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KONSER (STUDI PADA DYANDRA GLOBAL EDUTAINMENT)

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**NADILA SYALAISHA 2110111162**

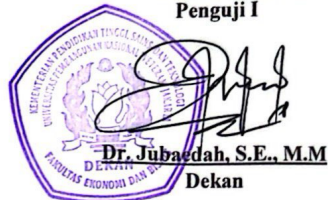
**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 12 Desember 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA, CWM**  
Ketua Penguji




**Suharyati, S.E., M.M**  
Penguji I



**Dr. Jubedah, S.E., M.M**  
Dekan



**Dra. Bernadin Dwi M, M.M., CPM**  
Penguji II



**Siti Hidayati, S.E., M.M**  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 12 Desember 2024

***THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE, AND  
LIFESTYLE ON CONCERT TICKET PURCHASE DECISIONS  
(A STUDY ON DYANDRA GLOBAL EDUTAINMENT)***

***By Nadila Syalaisha***

***Abstract***

*The creative industry, particularly the music sector, has become a key driver of economic growth in several countries, including Indonesia. One of its notable contributions is the organization of concerts and music festivals, which stimulate consumer behavior, particularly in purchasing concert tickets. Currently, many promoters in Indonesia contribute to advancement by organizing concerts and music festivals. Dyandra Global Edutainment is one such promoter playing a pivotal role in these efforts. This study aims to determine, verify, and analyze the partial influence of price, brand image, and lifestyle on concert ticket purchase decisions. It is a quantitative study utilizing both primary and secondary data. The sample consists of 130 respondents who are customers or consumers of Dyandra Global Edutainment 2023 or 2024. The sampling technique employed is non-probability sampling, specifically purposive sampling. Data collection was conducted through a questionnaire distributed via social media, and the collected data were analyzed using descriptive and inferential analysis techniques. Data processing was performed using SmartPLS version 4.1.0.8 software. The results of the study indicate that (1) price has a significant influence on concert ticket purchase decisions, (2) brand image has a significant influence on concert ticket purchase decisions, and (3) lifestyle has a significant influence on concert ticket purchase decisions.*

***Keywords:*** *Price, Brand Image, Lifestyle, Purchase Decisions, Dyandra Global Edutainment*

# **PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KONSER (STUDI PADA DYANDRA GLOBAL EDUTAINMENT)**

**Oleh Nadila Syalaisha**

## **Abstrak**

Industri kreatif, khususnya sektor musik, telah menjadi pendorong pergerakan ekonomi di beberapa negara, termasuk Indonesia. Salah satu kontribusi yang diberikan industri tersebut yaitu adanya penyelenggaraan konser dan festival musik, yang mendorong perilaku konsumsi masyarakat dalam hal pembelian tiket konser. Saat ini, banyak promotor di Indonesia yang berkontribusi dalam memajukan ekonomi melalui penyelenggaraan konser dan festival musik. Dyandra Global Edutainment adalah salah satu promotor yang turut berperan dalam upaya tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, membuktikan, dan menganalisis secara parsial pengaruh harga, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian tiket konser. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Sampel pada penelitian ini terdiri dari 130 responden yang merupakan pelanggan atau konsumen Dyandra Global Edutainment pada tahun 2023 atau 2024. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan yaitu non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada sosial media dan data yang didapatkan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial. Pengolahan data dilakukan menggunakan software SmartPLS versi 4.1.0.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket konser, (2) citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket konser, dan (3) gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket konser.

**Kata Kunci:** Harga, Citra Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Dyandra Global Edutainment

# BERITA ACARA



## UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Kamis , tanggal 12 Desember 2024, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Nadila Syalaisha**

No.Pokok Mahasiswa : **2110111162**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Pengaruh Harga, Citra merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Konser (Studi Pada Dyandra Global Edutainment)**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \**)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Ketua	1.
2	Suharyati, S.E., M.M	Anggota I	2.
3	Dra. Bernadin Dwi, MM.,CPM	Anggota II **)	3.

#### Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 12 Desember 2024

Mengesahkan

A.n/DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE,MM.



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala karunia-Nya sehingga skripsi berjudul **“Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Konser (Studi Pada Dyandra Global Edutainment)”** ini dapat diselesaikan.

Adapun skripsi dibuat sebagai syarat mencapai gelar sarjana pada Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang memberikan dukungan, bimbingan, dan semangat. Pihak tersebut diantaranya:

1. Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan izin untuk penulisan penelitian.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan arahan dalam penyusunan penelitian.
3. Siti Hidayati, SE., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana yang telah memberikan arahan dan dukungan.
4. Dra. Anastasia Bernadin Dwi Mardiatmi, M.M., CPM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, nasihat, serta masukan pada setiap proses penyusunan penelitian.
5. Ardhiani Fadila, SST., ME. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan terkait proses akademik.
6. Orang tua dan keluarga besar penulis yang memberikan semangat dan dukungan pada setiap proses untuk mencapai gelar sarjana.
7. Rekan-rekan dan sahabat penulis yang telah menemani dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun guna menjadikan penelitian ini lebih baik lagi.

Jakarta, 09 Agustus 2024

Nadila Syalaisha

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA .....</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Perumusan Masalah.....</b>	<b>16</b>
<b>1.3. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>16</b>
<b>1.4. Manfaat Hasil Penelitian .....</b>	<b>17</b>
1.4.1. Aspek teoritis (keilmuan).....	17
1.4.2. Aspek praktis (guna laksana) .....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1. Landasan Teori.....</b>	<b>18</b>
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.2. Pemasaran Digital .....	19
2.1.3. Perilaku Konsumen .....	20
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	22

2.1.5.	Harga .....	26
2.1.6.	Citra Merek .....	27
2.1.7.	Gaya Hidup .....	29
<b>2.2.</b>	<b>Hasil Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>30</b>
<b>2.3.</b>	<b>Model Penelitian .....</b>	<b>40</b>
2.3.1.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.3.2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	41
2.3.3.	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	41
<b>2.4.</b>	<b>Hipotesis .....</b>	<b>42</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
<b>3.1.</b>	<b>Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....</b>	<b>43</b>
3.1.1.	Definisi Operasional.....	43
3.1.2.	Pengukuran Variabel.....	44
<b>3.2.</b>	<b>Penentuan Populasi dan Sampel .....</b>	<b>45</b>
3.2.1.	Populasi .....	45
3.2.2.	Sampel.....	46
<b>3.3.</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>48</b>
3.3.1.	Jenis Data .....	49
3.3.2.	Sumber Data.....	50
3.3.3.	Pengumpulan Data .....	51
<b>3.4.</b>	<b>Teknik Analisis Data .....</b>	<b>52</b>
3.4.1.	Analisis Statistik Deskriptif .....	53
3.4.2.	Analisis Statistik Inferensial .....	55
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>70</b>
<b>4.1.</b>	<b>Deskripsi Objek Penelitian .....</b>	<b>70</b>
<b>4.2.</b>	<b>Deksripsi Data Penelitian.....</b>	<b>73</b>
4.2.1.	Deskripsi Data Responden .....	74
4.2.2.	Analisis Data Deskriptif.....	82
<b>4.3.</b>	<b>Analisis Data Inferensial.....</b>	<b>88</b>

4.3.1.	Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran) .....	89
4.3.2.	Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural) .....	97
<b>4.4.</b>	<b>Uji Hipotesis dan Analisis .....</b>	<b>100</b>
<b>4.5.</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>102</b>
4.5.1.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	102
4.5.2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	104
4.5.3.	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	105
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>107</b>
<b>5.1.</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>107</b>
<b>5.2.</b>	<b>Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>108</b>
<b>5.3.</b>	<b>Saran .....</b>	<b>109</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>114</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	<b>.....</b>	<b>121</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>122</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Harga Tiket Konser oleh Promotor Indonesia .....	7
Tabel 2. Perbandingan Harga Tiket Konser oleh Promotor Indonesia dan Promotor Luar Negeri .....	8
Tabel 3. Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	44
Tabel 5. Bobot Penilaian Skala Likert .....	52
Tabel 6. Kisi-Kisi Instrumen.....	52
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks Responden .....	55
Tabel 8. Tingkat Reliabilitas .....	63
Tabel 9. Tingkat Multikolinearitas.....	65
Tabel 10. Tingkat R-Square .....	67
Tabel 11. Daftar Acara oleh Dyandra Global Edutainment (2022-2024).....	71
Tabel 12. Data Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	83
Tabel 13. Data Deskriptif Variabel Harga .....	84
Tabel 14. Data Deskriptif Variabel Citra Merek.....	86
Tabel 15. Data Deskriptif Variabel Gaya Hidup.....	87
Tabel 16. Nilai Outer Loading Indikator.....	90
Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas .....	92
Tabel 18. Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	93
Tabel 19. Nilai Cross Loading Keputusan Pembelian (Y).....	94
Tabel 20. Nilai Cross Loading Harga (X <sub>1</sub> ).....	94
Tabel 21. Nilai Cross Loading Citra Merek (X <sub>2</sub> ).....	95
Tabel 22. Nilai Cross Loading Gaya Hidup (X <sub>3</sub> ).....	96
Tabel 23. Nilai Heterotrait-monotrait Ratio of Correlations (HTMT).....	96
Tabel 24. Nilai Variance Inflation Factor (VIF) .....	98
Tabel 25. Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	99
Tabel 26. Hasil Uji Q <sup>2</sup> .....	100
Tabel 27. Hasil Uji Bootstrapping .....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rekor Penjualan Locket.com .....	4
Gambar 2. Pertimbangan Menonton Konser.....	5
Gambar 3. Pertimbangan Menonton Konser di Luar Negeri .....	6
Gambar 4. Anggaran Menonton Konser .....	6
Gambar 5. Informasi Penjualan Tiket Konser NCT 127 oleh Dyandra Global Edutainment .....	11
Gambar 6. Kritikan terhadap Promotor.....	12
Gambar 7. Frekuensi Mendatangi Konser Musik Pada Awal Tahun 2023.....	14
Gambar 8. Frekuensi Mendatangi Konser Musik .....	14
Gambar 9. Model Penelitian Empiris Menggunakan Data Primer .....	42
Gambar 10. Prosedur Sistematis untuk Menerapkan PLS-SEM.....	57
Gambar 11. Inner Model .....	58
Gambar 12. Outer Model .....	59
Gambar 13. Diagram Jalur Penelitian .....	60
Gambar 14. Logo Dyandra Global Edutainment .....	70
Gambar 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Gambar 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
Gambar 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	76
Gambar 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	78
Gambar 19. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	79
Gambar 20. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Tiket Konser .....	80
Gambar 21. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Konser	82
Gambar 22. Model Pengukuran (Outer Model) .....	89
Gambar 23. Model Struktural (Inner Model).....	98

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu.....	122
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	124
Lampiran 3. Data Kuesioner 130 Responden .....	133
Lampiran 4. Deskripsi Data Responden.....	150
Lampiran 5. Hasil Indeks Three Box Method.....	152
Lampiran 6. Output Outer Model SmartPLS .....	154
Lampiran 7. Output Inner Model SmartPLS.....	155
Lampiran 8. Output Analisis Data SmartPLS .....	156
Lampiran 9. T-tabel.....	160
Lampiran 10. Media Penyebaran Kuesioner.....	161