

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *LIFESTYLE*, DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *INTENTION TO USE* LAYANAN STRAVA PREMIUM DI SURABAYA

SKRIPSI



Oleh:

TRYA SHINTANUR MALITASARI
22012010192/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2026

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *LIFESTYLE*, DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *INTENTION TO USE* LAYANAN STRAVA PREMIUM DI SURABAYA

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

TRYA SHINTANUR MALITASARI

22012010192/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2026

SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *LIFESTYLE*, DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *INTENTION TO USE* LAYANAN STRAVA PREMIUM DI SURABAYA

Disusun Oleh :

TRYA SHINTANUR MALITASARI

22012010192 / FEB / EM

Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal: 14 Juli 2026

Dosen Pembimbing

**Tim Penguji
Ketua**


Dr. Sugeng Purwanto, SE, MM, CMA
NIP. 196801081989031001


Prof. Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Anggota


Dra. Endang Irvanti, MM
NIP. 196201081990032001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Trya Shintanur Malitasari

NPM : 22012010192

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar Pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 02 Juli 2026 Yang
membuat pernyataan



Trya Shintanur Malitasari
NPM. 22012010192

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan Syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “*Pengaruh Perceived Usefulness, Lifestyle, dan Social Influence terhadap Intention to Use Layanan Strava Premium di Surabaya*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Pada kesempatan ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan penuh rasa hormat penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Sang Maha Pemilik Arah atas segala rahmat, karunia, kesehatan, kemudahan, serta kelancaran yang senantiasa diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini dengan lancar.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M,MT, CHRA. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menempuh pendidikan di perguruan tinggi ini dengan baik.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, MSI., CRP selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas pemberian dukungan serta menyediakan berbagai fasilitas penunjang selama penulis menempuh masa perkuliahan.

4. Ibu Prof. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen yang senantiasa memberikan dukungan akademik kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.

5. Bapak Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang sangat membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh dosen dan staf karyawan Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta pelayanan akademik yang mendukung proses pembelajaran penulis selama perkuliahan.

7. Kepada belahan jiwa yang sudah berpulang: Ayah tercinta Alm. R. Suwardi dan Ibuk tersayang Almh. Margiasih yang sudah melahirkan dan membesarkan penulis dengan cinta dan kasih sayang yang tak terbatas. Tiada kata yang mampu mewakili besarnya rasa terima kasih atas setiap tetes keringat Ayah dan ketulusan doa Ibu yang kini telah menjadi wasilah kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Walaupun pada akhirnya belum bisa menyaksikan momen ini secara langsung, penulis yakin restu dan doa kalian yang telah langitkan terdahulu senantiasa memeluk dan memudahkan jalan penulis hingga berhasil menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah bukti kalau didikan, ketulusan, dan doa-doa yang Ayah dan Ibuk tanam dulu, sekarang sudah tumbuh dan berbuah. Terima kasih sudah membentukku menjadi pribadi yang tangguh. Semoga pencapaian kecil ini bisa menjadi penerang, pelapang kubur, dan alasan Ayah Ibuk tersenyum di surga-Nya. Amin ya Rabbal 'Alamin.

8. Teristimewa untuk Kakak-kakak penulis: Mbak Yunita, Mas Budi, Abang Hana, dan Mbak Ambar. Terima kasih banyak atas segala dukungan, doa, bimbingan, dan kasih sayang yang luar biasa selama ini. Terima kasih juga sudah menjadi rumah, sandaran, dan penyemangat terbesar setelah kepergian Ayah dan Ibuk. Sebagai adik, penulis merasa sangat beruntung memiliki kakak-kakak hebat yang selalu pasang badan, memberikan semangat, dan memastikan langkah penulis tidak terhenti. Skripsi ini juga menjadi milik kalian yang selalu ada di setiap prosesnya. Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan kalian dengan berlipat ganda, serta selalu dilimpahkan kesehatan, kebahagiaan yang utuh, keberkahan, kelancaran rezeki dalam setiap langkah dan umur yang panjang, berkah, barokah. Amin ya Rabbal ‘Alamin.

9. Tersayang untuk keponakan-keponakan penulis: Isa, Alby, Maurin, Shanum, dan Sheza. Terima kasih sudah menjadi hiburan. Mood booster dan sumber tawa penolong di tengah lelahnya penulis menyelesaikan studi perkuliahan dan menyusun skripsi ini.

10. Anggota grup “InsyaAllah Masuk Surga” yaitu Rani, Syeril, dan Dila sebagai sahabat, saudara seperjuangan penulis sejak awal masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, yang senantiasa memberikan dukungan, bantuan, dan semangat dalam setiap proses yang penulis lalui selama perkuliahan.

9. Sahabat penulis, Nadia, Ainun, Fitrih, Ferinta, Saada, atas kesediaannya untuk mendengar keluh kesah penulis dan menjadi tempat berbagi cerita, serta tanpa lelah

memberikan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi. Segala bentuk tawa dan cerita yang kita bagikan adalah penguat terbaik bagi penulis.

10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

11. Trya Shintanur Malitasari sebagai penulis. Terima kasih karena selalu memilih untuk bertahan dan bangkit kembali di tengah keraguan serta badai tantangan selama masa perkuliahan. Komitmen, air mata, dan kerja kerasmu untuk menyelesaikan skripsi ini akhirnya membuahkan hasil. Langkahmu hari ini telah mengantarkanmu pada salah satu gerbang pencapaian terbesar dalam hidup. Terima kasih telah bertanggung jawab penuh atas masa depanmu sendiri. Perjuanganmu layak dirayakan!

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Maka dari itu, masukan, kritik, dan saran yang membangun diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 17 Mei 2026

Trya Shintanur Malitasari

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian	18
BAB II.....	20
TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
2.2 Landasan Teori	24
2.2.1 Teori Perilaku Konsumen.....	24
2.2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	24
2.2.1.2 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen	25
2.2.2. Teori TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	29
2.2.3 Teori UTAUT (<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>)	30
2.2.4 Layanan Strava Premium	32
2.2.5 <i>Perceived Usefulness</i>	34
2.2.5.1 Pengertian <i>Perceived Usefulness</i>	34
2.2.5.2 Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	34
2.2.6 <i>Lifestyle</i>	35
2.2.6.1 Pengertian Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>)	35
2.2.6.3 Indikator Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>)	36
2.2.7 <i>Social Influence</i>	38
2.2.7.1 Pengertian <i>Social Influence</i>	38
2.2.7.2 Indikator <i>Social Influence</i>	39
2.2.8 <i>Intention to Use</i>	41

2.2.8.1	Pengertian <i>Intention to Use</i>	41
2.3	Hubungan antar Variabel	42
2.3.1	Hubungan antara <i>Perceived Usefulness</i> dengan <i>Intention to Use</i>	42
2.3.2	Hubungan antara <i>Lifestyle</i> dengan <i>Intention to Use</i>	43
2.3.3	Hubungan antara <i>Social Influence</i> dengan <i>Intention to Use</i>	45
2.4	Kerangka Konseptual	46
2.5	Hipotesis	47
BAB III		49
METODE PENELITIAN		49
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	49
3.1.1	Definisi Operasional Variabel	49
3.1.1.1	Variabel Bebas (Independen)	49
3.1.1.2	Variabel Terikat (Dependen)	53
3.1.2	Pengukuran Variabel	54
3.2	Teknik Penentuan Sampel	55
3.2.1	Populasi Penelitian	55
3.2.2	Sampel Penelitian	55
3.3	Teknik Pengumpulan Data	57
3.3.1	Jenis Data	57
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	58
3.4.1	Teknik Analisis	58
3.4.2	Cara Kerja PLS	58
3.4.3	Langkah - Langkah PLS	59
BAB IV		66
HASIL DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	66
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	66
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	66
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden	66
4.2.2	Deskripsi Variabel <i>Perceived Usefulness</i> dan Indikatornya	71
4.2.3	Deskripsi Variabel <i>Lifestyle</i> dan Indikatornya	75
4.2.4	Deskripsi Variabel <i>Social Influence</i> dan Indikatornya	77

4.2.4. Deskripsi Variabel <i>Intention to Use</i> dan Indikatornya.....	79
4.3 Analisis Data.....	81
4.3.1 Evaluasi Uji <i>Outlier</i>	81
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	83
4.3.2.1 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	83
4.3.2.2. Analisis Model PLS.....	88
4.3.2.3. Inner Model.....	89
4.3.2.4. Pengujian Hipotesis.....	90
4.4. Pembahasan	91
4.4.1 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Intention to Use</i> Layanan Strava Premium	91
4.4.2 Pengaruh Lifestyle Terhadap <i>Intention to Use</i> Layanan Strava Premium	93
4.4.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Intention to Use</i> Layanan Strava Premium	95
BAB V.....	98
KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN 1	107
LAMPIRAN II	111
LAMPIRAN III.....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pasar mHealth Global 2023-2033	2
Gambar 1. 2 Jumlah Unduhan Aplikasi Kebugaran Terpopuler di Seluruh Dunia (2019-2025)	3
Gambar 1. 3 Aplikasi kebugaran dan olahraga terkemuka di dunia pada Januari 2025, berdasarkan unduhan.....	4
Gambar 1. 4 Revenue dan Grow Aplikasi Strava Tahun 2023.....	6
Gambar 1. 5 Komentar Pengguna terhadap Layanan..... Strava Premium vs Gratis.....	10
Gambar 1. 6 Strava sebagai Media Sosial Olahraga dan Alat Validasi Sosial	11
Gambar 1. 7 Fenomena Penggunaan Jasa Joki Strava	12
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	47
Gambar 3. 1 Diagram Jalur	61
Gambar 4. 1 Output SmartPLS.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra-Survei	8
Tabel 2. 1 Faktor Pembentuk Gaya Hidup	37
Tabel 3. 1 Keterangan dan Skor Penilaian Jawaban Kuesioner	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Berdasarkan Lama Penggunaan Strava Versi Gratis	69
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan.....	70
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan.....	70
Tabel 4. 7 Deskripsi Indikator X1.1	71
Tabel 4. 8 Deskripsi Indikator X1.2	72
Tabel 4. 9 Deskripsi Indikator X1.3	73
Tabel 4. 10 Deskripsi Indikator X1.4	73
Tabel 4. 11 Deskripsi Indikator X1.5.....	74
Tabel 4. 12 Deskripsi Indikator X2.1	75
Tabel 4. 13 Deskripsi Indikator X2.2	76
Tabel 4. 14 Deskripsi Indikator X2.3	76
Tabel 4. 15 Deskripsi Indikator X3.1	77
Tabel 4. 16 Deskripsi Indikator X3.2	78
Tabel 4. 17 Deskripsi Indikator X3.3	78
Tabel 4. 18 Deskripsi Indikator Y1	79
Tabel 4. 19 Deskripsi Indikator Y2	80
Tabel 4. 20 Deskripsi Indikator Y3	80
Tabel 4. 21 Data Outlier	82
Tabel 4. 22 Outer Loading (Mean, STDEV, T-VALUES).....	83
Tabel 4. 23 Cross-Loading	84
Tabel 4. 24 Average Variance Extracted (AVE).....	85
Tabel 4. 25 Composite Reliability	86
Tabel 4. 26 Latent Variable Correlations	87
Tabel 4. 27 R Square	89
Tabel 4. 28 Uji Hipotesis.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pra-Surevi.....	107
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 3 Tabulasi Data	116
Lampiran 4 Hasil Data Uji Outlier.....	119
Lampiran 5 Output PLS Algorithm.....	119
Lampiran 6 Hasil Outer Loading	120
Lampiran 7 Hasil Cross-Loading	120
Lampiran 8 Hasil AVE	121
Lampiran 9 Hasil Composite Reliability	123
Lampiran 10 Hasil Latent Variable Correlations	121
Lampiran 11 Hasil R-Square.....	122
Lampiran 12 Hasil Pengujian Hipotesis.....	122

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *LIFESTYLE*, DAN
SOCIAL INFLUENCE TERHADAP *INTENTION TO USE* LAYANAN
STRAVA PREMIUM DI SURABAYA**

TRYA SHINTANUR MALITASARI

22012010192

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness*, *Lifestyle*, dan *Social Influence* terhadap *Intention to Use* layanan Strava Premium di Kota Surabaya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena tingginya popularitas aplikasi Strava yang tidak diikuti oleh tingkat konversi pengguna gratis ke layanan premium yang memadai, di mana laporan industri mencatat hanya sekitar 3-15% pengguna yang bersedia berlangganan meskipun tingkat keterlibatan pengguna Strava tergolong tinggi. Hasil pra-survei juga menunjukkan bahwa meskipun mayoritas responden menganggap olahraga sebagai bagian dari gaya hidup dan mengetahui fitur-fitur premium yang ditawarkan, minat untuk berlangganan tetap rendah, dengan alasan utama berupa anggapan bahwa fitur gratis sudah memadai serta pengaruh lingkungan sosial yang masih dominan menggunakan versi gratis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner berskala Likert. Populasi penelitian adalah pengguna aplikasi Strava versi gratis yang berdomisili di Kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 112 orang, dan data dianalisis menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use*, artinya semakin tinggi persepsi kegunaan fitur premium yang dirasakan, semakin tinggi pula niat pengguna untuk berlangganan. *Lifestyle* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* dan tercatat sebagai variabel dengan pengaruh paling dominan, yang berarti semakin selaras layanan dengan gaya hidup aktif pengguna, semakin kuat niat berlangganannya. Sementara itu, *Social Influence* turut berpengaruh positif dan signifikan, menunjukkan bahwa semakin besar dorongan dari lingkungan sosial, semakin tinggi pula niat pengguna untuk berlangganan. Secara keseluruhan, ketiga variabel mampu menjelaskan 79,4% variasi *Intention to Use*. Disarankan agar Strava memperkuat komunikasi pemasaran berbasis manfaat fitur premium, membangun citra layanan sebagai bagian dari gaya hidup aktif, serta memaksimalkan strategi pemasaran berbasis komunitas dan rujukan antarpengguna.

Kata Kunci: *Perceived Usefulness*, *Lifestyle*, *Social Influence*, *Intention to Use*, Strava Premium, PLS-SEM