

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE**
(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

MOCH.RIZKY TRI PRASETYO.

NPM : 18420079

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Moch.Rizky Tri Prasetyo

NPM 18420079

Alamat : Simorejo Timur 5/1

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul “**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS**

PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

SMARTPHONE IPHONE” adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiasi, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya..... 2022

Yang membuat pernyataan

(Moch.Rizky Tri Prasetyo)

NPM : 18420079

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE
(STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA
SURABAYA)

Diajukan oleh :

MOCH.RIZKY TRI PRASETYO

NPM : 18420079

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING

Dr. Dra. Ec. Dwi Bhakti Irianti, Msi

Tanggal,

KETUA PROGRAM STUDI

DR. KRISTININGSIH, SE., Msi

Tanggal, 3-2-2022

SKRIPSI

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE
(STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA
SURABAYA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

MOCH. RIZKY TRI PRASETYO

NPM : 18420079

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji Lain

Dr.Dra Ec. Dwi Bhakti Iriantini, Msi Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE.,M.Com

Dewi Nuraini, SE, MSM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi

Tanggal, 3-2-2022

Dr. Kristiningsih, SE., M.Si

Ketua Program Studi Manajemen

KATA PEANGANTAR

Segala puji serta rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat serta rahmatnya sehingga skripsi yang berjudul “PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE” dapat saya selesaikan dengan baik. Penulis skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S- 1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu kritik serta saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada pihak yang sudah membantu penyelesaian skripsi ini. Terima kasih yang mendalam penulis persembahkan untuk:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE.,M,Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Dra. Ec. Dwi Bhakti Irianti, Msi selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bantuan dan bimbingan selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Bambang Setyadarma, SE.,M.Ak selaku wali dosen yang telah mengarahkan dan memberikan semangat penulis dalam skripsi ini.

6. Bapak dan ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengarahan selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Kedua orang tua, Ayah tercinta Sunoko Mulyo, dan Ibu tercinta (Almh) Sumarmi yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta doa yang dipanjatkan kepada Allah SWT untuk penulis.
8. Kekasih tercinta Rizki Khalimatus Maulani Rouf yang selalu mengingatkan, memberi semangat supaya tidak gampang menyerah serta dukungan, dan selalu menerima keluh kesah agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan cepat dan baik.
9. Teman-teman Manajemen B yang saling memberi dukungan serta informasi selama masa perkuliahan.

Penulis ini menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, peneliti selanjutnya, dan semua pihak.

Surabaya, 8 januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI.....	
ABSTRAK.....	
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	6
1.3 TUJUAN PENELITIAN	7
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	7
1.5 SISTEMATIKA PENELITIAN	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 LANDASAN TEORI.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Pengertian Gaya Hidup.....	11
2.1.2.1 Indikator Gaya Hidup.....	13
2.1.3 Pengertian Kualitas Produk	14
2.1.4 Pengertian Citra Merek	17
2.1.4.1 Indikator Citra Merek.....	19
2.1.5 Pengertian Keputusan Pembelian	20
2.1.5.1 Indikator Keputusan Pembelian	24
2.2 HUBUNGAN ANTARA VARIABEL.....	25
2.2.1 Hubungan Gaya Hidup Dan Keputusan Pembelian	25
2.2.2 Hubungan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian ..	25
2.2.3 Hubungan Antara Citra Merek dan Keputusan Pembelian	26
2.3 PENELITIAN SEBELUMNYA	27
2.4 KERANGKA KONSEPTUAL.....	32
2.5 HIPOTESIS.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 JENIS PENELITIAN	34
3.2 POPULASI DAN SAMPEL.....	34
3.2.1 Populasi	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 IDENTIFIKASI VARIABEL.....	35
3.4 DEFINISI OPERASIONAL.....	36
3.4.1 Definisi Operasional Variabel Gaya Hidup (X1)	36
3.4.2 Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk (X2).....	37
3.4.3 Definisi Operasional Variabel Citra Merek (X3).....	38
3.5 JENIS DATA DAN SUMBER DATA.....	39
3.5.1 Jenis Data	39
3.5.2 Sumber Data.....	39
3.6 PROSEDUR PENGUMPULAN DATA.....	40
3.7 TEKNIK ANALISIS	41
3.7.1 Uji Instrumen.....	41
3.7.1.1 Uji Validitas.....	41
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	41
3.7.2 Uji Model.....	42
3.7.2.1 Teknik Analisis Regresi Berganda	42
3.7.3 Uji Hipotesis.....	43
3.7.3.1 Uji F.....	43
3.7.3.2 Uji T.....	44
3.7.3.3 Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47

4.1 GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	47
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Apple.....	47
4.1.2Visi dan Misi	50
4.2 HASIL PENELITIAN	51
4.2.1 Karakteristik Responden	51
4.2.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.1.2 Deskripsi Responden Menurut Usia	52
4.2.1.3 Deskripsi Responden Menurut Fakultas.....	52
4.2.2 Analisis Deskriptif	54
4.2.2.1 Tanggapan Respponden Terhadap Variabel Gaya Hidup (X1)	54
4.2.2.2 Tanggapan Respponden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X2)	55
4.2.2.3 Tanggapan Respponden Terhadap Variabel Citra Merek (X3).....	56
4.2.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57
4.3ANALISIS DATA.....	58
4.3.1 Hasil Uji Kualitas Data	58
4.3.1.1 Uji Reliabilitas	58
4.3.1.2 Uji Validitas.....	59
BAB V	71
KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	71
5.1KESIMPULAN	71
5.2SARAN	71
5.3KETERBATASAN PENELITIAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel2.3
Tabel2.4
Tabel4.1
Tabel4.2
Tabel4.3
Tabel4.4
Tabel4.5
Tabel4.6
Tabel4.7
Tabel4.8
Tabel4.9
Tabel4.10
Tabel4.11

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1.....
Gambar	1.2.....
Gambar	2.1.....
Gambar	3.1.....
Gambar	3.2.....

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1:Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2: Data Karakteristik Responden	73
Lampiran 3:Data Tabulasi Jawaban Responden	80
Lampiran 4:Data Tanggap Responden.....	81
Lampiran 5:Hasil Kategori Variabel	82
Lampiran 6:Hasil Uji Validitas.....	102
Lampiran 7:Hasil Uji Reliabilitas	109
Lampiran 8:Hasil Uji Regresi Linier Berganda	118

ABSTRAK

PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone iPhone*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh dari kuesioner dan studi pustaka. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya di Kota Surabaya yang menggunakan *smartphone merek iPhone*. Penelitian ini dilakukan di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Jl. Dukuh kupang XXV No.54 Surabaya, dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden yang diambil dengan metode *Accidental Sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian, hasil uji signifikan pengaruh simultan dengan Uji F, gaya hidup, kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama atau simultan, berpengaruh signifikan (secara statistika) terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji pengaruh parsial dan uji T, diketahui seluruh variabel bebas, yakni variabel gaya hidup, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Citra Merek

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of lifestyle, product quality and brand image on iPhone smartphone purchasing decisions. The type of data used is primary data and secondary data obtained from questionnaires and literature study. The population in this study were all students of Wijaya Kusuma University Surabaya in Surabaya City who used iPhone brand smartphones. This research was conducted at Wijaya Kusuma University Surabaya, Jl. Dukuh Kupang XXV No.54 Surabaya, with a total sample of 90 respondents who were taken by the Accidental Sampling method. The analytical method used is multiple linear regression analysis. Based on the results of the study, the results of the simultaneous test have a significant effect with the F test, lifestyle, product quality and brand image together or simultaneously, have a significant (statistically) effect on purchasing decisions. Based on the results of the partial effect test and T test, it is known that all independent variables, namely lifestyle variables, product quality, and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Effect of Lifestyle, Product Quality, and Brand Image