

**PENGARUH LIFESTYLE, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIKE DI
KALANGAN MAHASISWA**

(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya
Kusuma Surabaya)

SKRIPSI

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



Oleh :

Dimas Bagus Vatqurohman

NPM. 20420101

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2024

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dimas Bagus Vatqurohman
NPM : 20420101
Alamat : Jl.Dukuh Pakis V-F No.28
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH LIFESTYLE, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIKE DI KALANGAN MAHASISWA (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”** bukan merupakan plagiasi saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 03 - 09 - 2024



(Dimas Bagus Vatqurohman)

SKRIPSI

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIKE DI**

KALANGAN MAHASISWA

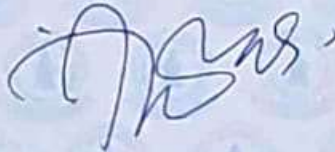
*(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya
Kusuma Surabaya)*

Diajukan oleh:

DIMAS BAGUS VATOUROHMAN
NPM 20420101

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dwi Indah Mustikorini, SE.,M.M

Tanggal.....14-8-2024.....

KETUA PROGRAM STUDI



DR ADRIANTO TRIMARJONO, SE, MM.

Tanggal.....14-08-2024.....

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH LIFESTYLE, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NIKE DI
KALANGAN MAHASISWA (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

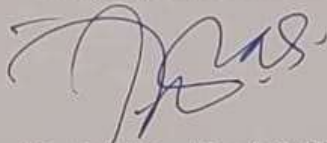
Diajukan Oleh :

Dimas Bagus Vatqurohman

NPM : 20420101

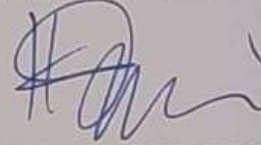
Susunan Dewan Penguji :

DOSEN PEMBIMBING



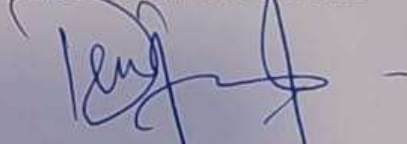
Dwi Indah Mustikorini, SE.,MM.

KETUA PENGUJI



Dr. Kristiningsih, S.E., M.SI.

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Dewi Nuraini, S.E., M.S.M.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 22 Agustus 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM
Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Pengaruh Lifestyle, Brand Image, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nike di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**”, sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan serta dukungan, bimbingan maupun motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr.Sp.THT-KL (K), FICS, 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. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE.,MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan bimbingan maupun mengarahkan selama penulisan skripsi ini.

5. Ibu Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM. selaku Dosen Wali yang turut serta membantu memberikan masukan serta saran yang berarti bagi penulis skripsi ini.
6. Semua Dosen Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.
7. Seluruh Staff Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua saya Bagus Rudi Dan Indah Sri Lestari, terimakasih karena selalu memberikan penulis dalam doa-doa, mendukung, memotivasi serta selalu memberikan penulis mengejar impian penulis apa pun itu.
9. Kepada diri sendiri yang telah kuat lahir dan batin untuk menyelesaikan masa kuliah hingga penulisan Skripsi ini selesai.
10. Terimakasih yang pertama untuk Kakak saya Bagus Imam Kambali S.E, Wilis Rosyani dan teman-teman (Bram Pratista, Hannaan Nabih Krisna, Reva Dedy Utama, Aiunul Hustab, Shevauno Ibrahimanov, Ari Wirawan, Fauzan Bahsyar, Violita Grace, Isabella Cindy, Vitria Macing, Savira Mahardi) yang selalu memberikan dukungan, dan menghibur ketika penulis merasa berat ketika ingin memulai mengerjakan skripsi ini.
11. Dan semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa saya sebut satu persatu yang telah berbagi pengalaman dan membantu selama masa kuliah

Demikian penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan kepada saya. Penulis juga 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. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, peneliti selanjutnya, dan semua pihak.

Surabaya, 23 Juli 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dimas Bagus Vatqurohman', with a long horizontal stroke extending to the right.

Dimas Bagus Vatqurohman

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	i
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pemasaran	8
2.1.2. Manajemen Pemasaran	8
2.1.3. Lifestyle (<i>Lifestyle</i>)	8
2.1.4. <i>Brand image</i> (Brand Image)	12
2.1.5. <i>Word of mouth</i>	14
2.1.6. Keputusan Pembelian	17
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Hipotesis dan Model Analisis	24
2.3.1. Hipotesis	24
2.3.2. Model Analisis	24

BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Pendekatan Penelitian	25
3.2. Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1. Populasi	25
3.2.2. Sampel	25
3.3. Identifikasi Variabel	27
3.3.1. Variabel Independen.....	27
3.3.2. Variabel Dependen	28
3.4. Definisi Operasional Variabel	28
3.4.1. Definisi Operasional Variabel Lifestyle (<i>Lifestyle</i>)	28
3.4.2. Definisi Operasional Variabel Brand Image.....	29
3.4.3. Definisi Operasional Variabel <i>Word of mouth</i>	30
3.4.4. Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian	30
3.5. Jenis Data dan Sumber Data.....	32
3.5.1. Jenis Data.....	32
3.5.2. Sumber Data.....	32
3.6. Prosedur Pengumpulan Data	33
3.7. Teknik Analisis Data	34
3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif	34
3.7.2. Uji Validitas	34
3.7.3. Uji Reliabilitas	35
3.7.4. Analisa Regresi Linier Berganda	35
3.7.5. Uji Asumsi klasik	36
3.7.6. Uji Hipotesis	37
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Gambaran umum objek penelitian.....	40
4.2. Hasil penelitian.....	42
4.2.1. Karakteristik Responden.....	42
4.3. Analisis Model ataupun Pengujian Hipotesis.....	46
4.3.1. Hasil Uji Instrumen	46
4.3.2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	48
4.3.3. Hasil Uji Hipotesis	49

4.4.	Pembahasan.....	51
4.4.1.	Pengaruh Lifestyle (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Nike Di kalangan Mahasiswa	51
4.4.2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Nike Di kalangan Mahasiswa.....	52
4.4.3.	Pengaruh <i>Word of mouth</i> (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Nike Di kalangan Mahasiswa.....	53
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN		54
5.1.	Simpulan	54
5.2.	Saran	54
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	55
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN I.....		59
KUESIONER PENELITIAN		59
LAMPIRAN II.....		64
DATA TABULASI & OUTPUT SPSS		64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Indeks Kategori Perlengkapan Pribadi 2014-2016 Sepatu Casual.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4. 1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 2 Responden Menurut Program Studi	43
Tabel 4. 3 Responden Menurut Pekerjaan.....	44
Tabel 4. 4 Kategori Masing-Masing Variabel	45
Tabel 4. 5 Distributions Jawaban Responden Dari Pernyataan Per Variabel	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4. 9 Hasil Uji t.....	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 7 Merk Sneakers dengan Penjualan Terlaris di Dunia Menurut Statista	3
Gambar 2.1 Model Lima Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	19
Gambar 2.2 Model Analisis.....	24

ABSTRAK

Penelitian di Universitas Wijaya Kusuma di Surabaya ini tujuannya untuk mengetahui bagaimana *lifestyle*, *brand image*, dan *word of mouth* memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk Nike. Sasaran audiensnya yakni Universitas Wijaya Kusuma, mahasiswa aktif Surabaya tahun 2022–2023. Dalam menentukan sampel penelitian tertulis, teknik pengambilan sampel *non-probabilitas* dikombinasikan dengan prosedur pengambilan *purposive sample*. Peneliti mengambil sampel sejumlah 220 responden. Pengumpulan data melibatkan penggunaan kuesioner. Teknik analisis dipakai ditafsirkan sebagai analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Setelah meninjau penelitian tersebut, ada dua faktor yang menonjol sebab dengan pengaruh signifikan terhadap gaya hidup. Lalu Keputusan tentang apa yang hendak dibeli juga sangat terpengaruhi oleh *word of mouth*.

Kata Kunci : *Lifestyle, Brand Image, Word of mouth, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

The research at Wijaya Kusuma University in Surabaya set out to find out how lifestyle, brand perception, and word-of-mouth influenced consumers' decisions to buy Nike products. The intended audience is Wijaya Kusuma University, Surabaya's active student body for 2022–2023. To determine the sample for this study, a non-probability sampling technique was combined with a purposive sampling procedure. We sampled 220 responders. Data collection involved the use of a questionnaire. The analysis techniques that are employed are interpreted as descriptive and multiple linear regression analysis. After reviewing the research, two factors stand out as having a significant impact on lifestyle. Then Decisions about what to buy are also greatly influenced by word of mouth.

Keyword: Lifestlye, Brand Image, Word of mouth, Purchase decision