

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK IPHONE
(Studi Pada Konsumen di Kota Semarang)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank
Semarang**



Oleh:

Nama : Harun Amrullah

Nim : 16.05.51.0302

Program Studi : S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK
SEMARANG**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN



PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE (Studi Pada Konsumen di Kota Semarang)

Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi

Oleh:

Nama : Harun Amrullah

Nim : 16.05.51.0302

Program Studi : S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang

Semarang, 26 Februari 2021
Dosen Pembimbing

Dr. Endang Tjahjaningsih, SE, M.Kom
NIDN: 0622056601

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE
(Studi Pada Konsumen di Kota Semarang)**

Ditulis oleh :

Nama : Harun Amrullah

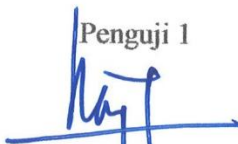
Nim : 16.05.51.0302

Program Studi : S.1 Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendarasan Skripsi dan telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal : 26 Februari 2021

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji 1



Dr. Endang Tjahjaningsih, SE, M.Kom

NIDN: 0622056601

Penguji II



Ali Maskur, S.E., M.Kom

NIDN: 061876401

Penguji III



Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si.

NIDN: 0027037101

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si.
NIDN: 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : **Harun Amrullah**

Nim : **16.05.51.0302**

Program Studi : **S.1 Manajemen**

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE (Studi Pada Konsumen di Kota Semarang) tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagian tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 26 Februari 2021

Yang menyatakan



(Harun Amrullah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini kepada:

- ❖ Kedua orang tua tercinta, seluruh keluarga besar, yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan selama ini, dan semoga ini akan menjadi kebanggaan dan kebahagiaan untuk mereka.
- ❖ Seseorang tercinta, yang selalu menemani dan juga memberikan semangat, dukungan, doa serta kasih sayangnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
- ❖ Sahabat dan teman teman Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
- ❖ Almamater Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.



(Harun Amrullah)

MOTTO

- ❖ Jawaban sari sebuah keberhasilan adalah terus belajar dan tak kenal putus asa.
- ❖ Selama masih ada niat dan keyakinan, semua akan menjadi mungkin.
- ❖ Memulai dengan penuh keyakinan, menjalankan dengan penuh keikhlasan, dan menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk iPhone di Kota Semarang. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner. Alat analisis yang digunakan regresi berganda, adapun untuk menguji hipotesis menggunakan uji t. Pengumpulan data melalui kuisisioner dengan pengukuran menggunakan skala likert 5 (lima) alternatif jawaban.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli dan menggunakan produk *smartphone* merek iPhone di Kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan sebesar 100 responden yang melakukan pembelian produk makanan dan minuman lebih dari dua kali. Teknik pengambilan sample menggunakan metode *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,640, artinya bahwa variabel kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup dapat menjelaskan variasi variabel keputusan pembelian sebesar 640%. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (2) Citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan (3) Gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze and determine the effect of product quality, brand image, and lifestyle on purchasing decisions iPhone product in Semarang City. The data used are primary data obtained from questionnaires. The analysis tool used multiple regression, as for testing the hypothesis using the t test. Collecting data through questionnaires with measurements using a Likert scale of 5 (five) alternative answers.

The population used in this study are all consumers who buy and use iPhone brand smartphone products in the city of Semarang. The number of samples used was 100 respondents who purchased food and beverage products more than twice. The sampling technique used purposive sampling methods.

The results showed that the coefficient of determination was 0.640, meaning that the variables of product quality, brand image and lifestyle could explain the variation of the purchasing decision variable by 640%. The results of the t statistical test show that (1) Product quality has a positive effect on purchasing decisions (2) Brand image has a positive effect on purchasing decisions, and (3) Lifestyle has a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Lifestyle, and Purchase Decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi Pada Konsumen di Kota Semarang)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang dengan sampel yang memadai. Hasil penelitian memberikan bukti bahwa kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Safik Faozi, S.H.,M.Hum, selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang
2. Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank
3. Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan kesempatan penulisan skripsi ini, dan telah memberikan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
4. Sri Sudarsi, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank.

5. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan doa, cinta, kasih sayang dan juga semangat, serta dukungan baik spiritual maupun material kepada penulis agar cepat menyelesaikan laporan skripsi ini.
6. Seluruh sahabat dan teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang senantiasa memberikan dorongan dan membantu penulis selama menjalani perkuliaan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank.
7. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
8. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan SKIPSI ini. Diharapkan tulisan ini dapat bermanfaat khususnya bagi penelitian sejenis dan bagi perusahaan. Kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk penulisan karya ilmiah selanjutnya,

Semarang, 26 Februari 2021

Penulis



(Harun Amrullah)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Tinjauan Pustaka	11
2.1.1. Pemasaran	11
2.1.2. Bauran Pemasaran	14
2.1.3. Kualitas Produk	17
2.1.4. Citra Merek	22
2.1.5. Gaya Hidup	28
2.1.6. Keputusan Pembelian	33
2.2. Penelitian Empiris/Terdahulu	39
2.3. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	43

2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	43
2.3.2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	44
2.3.3. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	45
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis	46
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1. Objek Penelitian	49
3.2. Populasi dan Sampel	49
3.3. Jenis dan Sumber Data	51
3.4. Teknik Pengumpulan Data	51
3.5. Definisi Operasionalisasi Variabel dan Pengukuran Variabel	53
3.6. Pengujian Instrumen	55
3.6.1. Uji Validitas	55
3.6.2. Uji Reliabilitas	56
3.7. Uji <i>Goodness Of Fit</i>	57
3.7.1. Koefisien Determinasi	57
3.7.2. Uji Statistik F	57
3.8. Analisis Regresi Linier Berganda	58
3.9. Uji Hipotesis	59
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	60
4.1. Gambaran Responden Penelitian	60
4.1.1. Responden berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.2. Responden berdasarkan Usia	61
4.1.3. Responden berdasarkan Pendidikan	62
4.1.4. Responden berdasarkan Pekerjaan	62
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian	63
4.2.1. Kualitas Produk (X_1)	64
4.2.2. Citra Merek (X_2)	66
4.2.3. Gaya Hidup (X_3)	67
4.2.4. Keputusan Pembelian (Y)	68
4.3. Analisis Data	69
4.3.1. Pengujian Instrumen Penelitian	69

1. Uji Validitas	70
2. Uji Reliabilitas	71
4.3.2. Koefisien Determinasi	72
4.3.3. Uji Statistik F	73
4.3.4. Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.3.5. Uji Hipotesis	75
4.4. Pembahasan	77
BAB V PENUTUP	82
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Implikasi Teoritis	83
5.3. Implikasi Manajerial	83
5.4. Keterbatasan Penelitian	85
5.5. Agenda Penelitian yang Akan Datang	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Mobile Vendor Market Share Indonesia September 2019 – September 2020	6
Tabel 2.1.	Penelitian Empiris/Terdahulu	40
Tabel 3.1.	Definisi Operasionalisasi Variabel	55
Tabel 4.1.	Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2.	Jumlah Responden berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3.	Jumlah Responden berdasarkan Pendidikan	62
Tabel 4.4.	Jumlah Responden berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.5.	Deskripsi Variabel Penelitian	64
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas	70
Tabel 4.7.	Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.8.	Ringkasan Hasil Analisis Regresi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Model Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan	35
Gambar 2.2.	Kerangka Pemikiran Teoritis	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 2	Tabulasi Kuesioner	94
Lampiran 3	Hasil Olah Data SPSS	100