

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN IPHONE DI UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
(Studi Pada Mahasiswa Program Manajemen Universitas Pelita  
Bangsa Angkatan 2020)**

SKRIPSI



OLEH:  
ANISA OKTAVIANI  
NIM: 112011534

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN IPHONE DI UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
(Studi Pada Mahasiswa Program Manajemen Universitas Pelita  
Bangsa Angkatan 2020)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa Untuk  
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



**OLEH:  
ANISA OKTAVIANI  
NIM: 112011534**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, dosen pembimbing skripsi :

Nama : Anisa Oktaviani

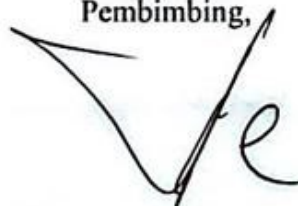
NIM : 112011534

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Universitas Pelita Bangsa (Studi Pada Mahasiswa Program Manajemen Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dinyatakan layak mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 20 Juli 2024

Pembimbing,



Dr. Asral, S.E., M.M

NIDN : 0417086706

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM MANAJEMEN UNIVERSITAS  
PELITA BANGSA ANGKATAN 2020)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:  
Anisa Oktaviani  
112011534

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI**

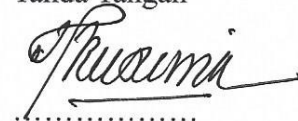
Ketua Penguji,  
Karyono, S.E., M.Pd., M.M  
NIDN: 0419097102

Tanda Tangan



Anggota Penguji  
Dadang Heri Kusumah, S.IP., M.Si  
NIDN: 0429116401

Tanda Tangan



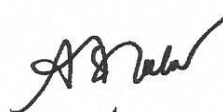
Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.  
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.  
NIDN: 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Oktaviani  
NIM : 112011534  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah di tuliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang yang berlaku.

Bekasi, 20 Juli 2024

Tanda Tangan

Anisa Oktaviani

NIM : 112011534

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

( Q.S. Al-Baqarah : 286 )

“Dan berencanalah kalian, Allah membuat rencana. Dan Allah sebaik – baik perencana”

( Q.S. Ali-Imran : 54 )

“Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfa’at, bukan hanya diingat.” Imam Syafi’i

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses itu yang paling penting, karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit”

(Edwar Satria)

Dengan mengucapkan rasa syukur, karya ini dipersembahkan untuk :

- Ibunda tercinta Masitoh, Ayahanda tercinta Ata, Kakak tercinta Atikah, Adik tercinta Syifa Nuril Fauziah, Keponakan tercinta Muhammad Alfarizqi Gunawan. Keluarga yang selalu mendo’akan dalam menjalankan Pendidikan ini.
- Saudara-saudaraku tersayang yang selalu mendukung dalam segala hal.
- Teman-temanku dan Kakak Tingkat yang selalu berbagi ilmu dan mendukung dalam menyusun skripsi ini.
- Dosen pembimbing bapak Asral yang telah memberikan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
- Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Universitas Pelita Bangsa (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020)”. Menyusun proposal skripsi ini adalah salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB). Penyusun menyadari bahwa Proposal Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Asral, S.E., M.M selaku pembimbing utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan manfa'at, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, memberikan arahan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS., S.E., M. Sc selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, dan seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis Skripsi Mahasiswa.
3. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
4. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera, SKM., M.M., D.B.A. sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
5. Bapak atau Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan

sebagai bekal penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi.

6. Orang tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendo'akan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tak terhingga sepanjang masa.
7. Teman-teman Angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, saran, diskusi dan semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan dan diskusi bersama di masa perkuliahan, serta Kakak tingkat yang telah banyak berbagi ilmu dan mendukung dalam menyusun Skripsi ini.
8. Seluruh staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang selalu membantu dan memberikan kemudahan dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian Skripsi.
9. Sahabat-sahabat saya Geng Upin-Ipin Beruang Alaska yang selalu membantu kehidupan kuliah yang penuh warna-warni.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses Skripsi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penuh sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini bermanfa'at untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 20 Juli 2024

Penulis



Anisa Oktaviani



## DAFTAR ISI

|  | Halaman     |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                           | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>           | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                      | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>                 | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>            | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                          | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                              | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                            | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                           | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                          | <b>xii</b>  |
| <b><i>ABSTRACT</i> .....</b>                         | <b>xiii</b> |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                  | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                       | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                              | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                             | 5           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                          | 6           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                         | 6           |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....                      | 7           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                 | <b>8</b>    |
| 2.1 Landasan Teori.....                              | 8           |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran .....                      | 8           |
| 2.1.2 Keputusan Pembelian .....                      | 9           |
| 2.1.3 Kualitas Produk .....                          | 13          |
| 2.1.4 Gaya Hidup.....                                | 20          |
| 2.1.5 Kepercayaan Merek.....                         | 22          |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                       | 23          |
| 2.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....             | 27          |
| 2.3.1 Hipotesis .....                                | 28          |
| 2.3.2 Model penelitian .....                         | 31          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>               | <b>34</b>   |
| 3.1 Jenis, Tempat dan Waktu, Desain Penelitian ..... | 34          |
| 3.1.1 Jenis Penelitian .....                         | 34          |
| 3.1.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....              | 34          |
| 3.1.3 Desain Penelitian .....                        | 35          |
| 3.2 Definisi Operasional & Pengukuran Variabel.....  | 37          |
| 3.2.1 Definisi Operasional .....                     | 37          |
| 3.2.2 Pengukuran Variabel.....                       | 38          |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data.....                     | 40          |

|               |  |           |
|---------------|--|-----------|
| 3.4           | Populasi dan Sampel.....   | 41        |
| 3.4.1         | Populasi .....   | 41        |
| 3.4.2         | Sampel .....   | 41        |
| 3.4.3         | Jenis dan Sumber Data .....  | 43        |
| 3.4.4         | Teknik Pengumpulan Data.....   | 43        |
| 3.5           | Metode Analisis .....  | 43        |
| 3.5.1         | Uji Validitas .....  | 44        |
| 3.5.2         | Uji Reliabilitas .....   | 45        |
| 3.5.3         | Uji Asumsi Klasik.....   | 46        |
| 3.5.4         | Uji Hipotesis .....  | 47        |
| 3.5.5         | Uji Regresi Linear Berganda .....  | 48        |
| <b>BAB IV</b> | <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>   | <b>50</b> |
| 4.1           | Hasil Penelitian .....   | 50        |
| 4.1.1         | Gambaran Umum Penelitian dan Deskripsi Data.....   | 50        |
| 4.1.2         | Analisis Data atau Pengujian Hipotesis.....  | 50        |
| 4.1.3         | Deskripsi Responden .....  | 51        |
| 4.2           | Analisis Data.....   | 53        |
| 4.2.1         | Uji Validitas .....  | 53        |
| 4.2.2         | Uji Reliabilitas .....   | 56        |
| 4.2.3         | Uji Asumsi Klasik.....   | 57        |
| 4.2.4         | Uji Hipotesis .....  | 63        |
| 4.2.5         | Uji Regresi Linear Berganda .....  | 67        |
| 4.3           | Pembahasan atau Interpretasi Data .....  | 68        |
| 4.3.1         | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian....  | 68        |
| 4.3.2         | Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....   | 69        |
| 4.3.3         | Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan<br>Pembelian.....  | 69        |
| 4.3.4         | Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Kepercayaan Merek<br>Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian..... | 70        |
| <b>BAB V</b>  | <b>PENUTUP .....</b>   | <b>71</b> |
| 5.1           | Kesimpulan .....   | 71        |
| 5.2           | Saran .....  | 71        |
|               | <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   | <b>73</b> |
|               | <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>76</b> |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....  | 35 |
| Tabel 3. 2 Deskriptif Operasional Variabel Pembelian .....              | 38 |
| Tabel 3. 3 Pedoman Skala Likert .....                                   | 43 |
| Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuesioner.....                              | 51 |
| Tabel 4. 2 Data Jenis Kelamin Responden .....                           | 52 |
| Tabel 4. 3 Data Usia Responden .....                                    | 52 |
| Tabel 4. 4 Data Angkatan 2020 .....                                     | 52 |
| Tabel 4. 5 Data Memakai Produk Iphone.....                              | 53 |
| Tabel 4. 6 Data Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....      | 54 |
| Tabel 4. 7 Data Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup .....           | 54 |
| Tabel 4. 8 Data Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek .....    | 55 |
| Tabel 4. 9 Data Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....           | 55 |
| Tabel 4. 10 Data Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....            | 56 |
| Tabel 4. 11 Data Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup .....                | 56 |
| Tabel 4. 12 Data Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek .....         | 57 |
| Tabel 4. 13 Data Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....        | 57 |
| Tabel 4. 14 Data Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....           | 60 |
| Tabel 4. 15 Data Hasil Uji Multikolinearitas .....                      | 61 |
| Tabel 4. 16 Data Hasil Uji Heterokedastisitas Glejer Coefficients ..... | 62 |
| Tabel 4. 17 Data Hasil Uji T.....                                       | 64 |
| Tabel 4. 18 Data Hasil Uji F.....                                       | 66 |
| Tabel 4. 19 Data Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....         | 67 |
| Tabel 4. 20 Data Hasil Uji Regresilinear Berganda .....                 | 67 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Iphone Dari Tahun 2007-2023 ..... | 3  |
| Gambar 2. 1 Model Penelitian.....                              | 32 |
| Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....                             | 37 |
| Gambar 4. 1 Data Hasil Uji Normalitas Histogram .....          | 58 |
| Gambar 4. 2 Gambar Data Hasil Uji Normalitas P-Plot .....      | 59 |
| Gambar 4. 3 Data Hasil Uji Heteroskedastisitas .....           | 62 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1 Mapping Jurnal .....                    | 77  |
| Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....              | 82  |
| Lampiran 3 Karakteristik Responden.....            | 87  |
| Lampiran 4 Tabulasi Hasil Kuesioner .....          | 91  |
| Lampiran 5 Hasil Uji Validitas .....               | 103 |
| Lampiran 6 Lampiran Hasil Uji Reliabilitas .....   | 107 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas .....              | 109 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas .....       | 110 |
| Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....     | 111 |
| Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 112 |
| Lampiran 11 R. Tabel .....                         | 113 |
| Lampiran 12 T. Tabel.....                          | 115 |
| Lampiran 13 F. Tabel.....                          | 116 |
| Lampiran 14 Riwayat Hidup .....                    | 118 |

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, LIFESTYLE AND BRAND TRUST ON IPHONE PURCHASING DECISIONS AT PELITA BANGSA UNIVERSITY (STUDY ON PELITA BANGSA UNIVERSITY MANAGEMENT PROGRAM STUDENTS FORCE 2020)**

**Anisa Oktaviani <sup>1)</sup>**

**Asral <sup>2)</sup>**

**ABSTRACT**

*The growth of communication technology throughout the world is increasingly the number of smartphone users. Apple is types of smartphone vendors that dominates the Indonesian market. This research entitled The Influence of Product Quality, Lifestyle, Brand Trust on Iphone Purchase Decisions uses quantitative methods. The sample was taken as many as 100 students from a total population of 1.513 Pelita Bangsa University Management Program Students Class of 2020. The sampling techniques used accidental sampling technique. The results of the T test research with a calculated T value of 2.824 and a significance of 0.004, which means that the first hypothesis is accepted and partially shows that there is a significant influence between Product Quality on Purchasing Decisions. The Lifestyle variable obtained T test result with a calculated T value of 4.066 and a significance value of 0.000, which means the second hypothesis is accepted and shows the there is a positive and significant Influence between Lifestyle on Purchasing Decisions. The Brand Trust variable obtained test result with a calculated T value of 4.155 and a significant values of 0.000, which means the third hypothesis is accepted and shows that there is a positive and significant Influence between Brand Trust and Purchasing Decisions. F value is 364.231 > F table 2.70 and is significant 0.000 < 0.05. can be interpreted that the independent variables Product Quality, Lifestyle and Brand Trust have a simultaneous influence on the dependent variable, namely Purchase Decisions. And it can be concluded that 91.7 % of Purchasing Decisions are Influenced by the variable Product Quality, Lifestyle and Brand Trust, while the remaining 8.3 % of Purchasing Decisions are Influenced by other variables not examined in this research.*

*Keywords: Product Quality, Lifestyle, Brand Trust on Purchasing Decisions*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE  
DI UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM MANAJEMEN  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA ANGGARAN 2020)**

**Anisa Oktaviani <sup>1)</sup>**

**Asral <sup>2)</sup>**

**ABSTRAK**

Pertumbuhan teknologi komunikasi di seluruh dunia kian hari semakin canggih dan berkembang dengan banyaknya pengguna ponsel pintar atau *smartphone*. *Apple* adalah salah satu vendor *smartphone* dari sekian banyak jenis *smartphone* yang beredar di pasaran yang menguasai pasar Indonesia dengan salah satu perangkatnya yaitu IPhone Penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian IPhone ini menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan sampelnya sebanyak 100 mahasiswa dari total populasi 1.513 Mahasiswa Program Manajemen Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2020. Adapun Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Hasil penelitian Uji T dengan nilai T hitung 2,824 dan signifikansi 0,004 yang artinya hipotesis pertama diterima dan secara parsial menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Gaya Hidup memperoleh hasil uji t dengan nilai T hitung 4,066 dan nilai signifikansi 0,000 yang artinya hipotesis kedua diterima dan menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Kepercayaan Merek memperoleh hasil uji T dengan nilai T hitung 4,155 dan nilai signifikan 0,000 yang artinya hipotesis ketiga diterima dan menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian. Nilai F hitung 364,231 > F tabel 2,70 dan signifikan 0,000 < 0,05. Sehingga dapat di artikan variabel bebas Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Kepercayaan Merek mempunyai pengaruh simultan pada variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian. Dan dapat disimpulkan bahwa 91,7% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Merek, sedangkan sisanya 8,3% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian