

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE PRODUK IPHONE
(Studi Mahasiswa Manajemen Universitas Pelita Bangsa
Cikarang Angkatan 2020)**

SKRIPSI



OLEH :
WIDYA AYU LESTARI
112011031

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

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE PRODUK IPHONE
(Studi Mahasiswa Manajemen Universitas Pelita Bangsa
Cikarang Angkatan 2020)**

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

SKRIPSI



Oleh :
WIDYA AYU LESTARI
112011031

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, dosen pembimbing skripsi:

Nama Mahasiswa : Widya Ayu Lestari
NIM : 112011031
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Gaya Hidup
terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Produk
Iphone
(Studi Mahasiswa Manajemen Universitas Pelita Bangsa
Cikarang Angkatan 2020)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan saya selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian Skripsi pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 28 Juli 2024

Pembimbing,



Langgeng Sri Handayani, S.E.,M.M

NIDN : 0407056902

SKRIPSI

***PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE PRODUK
IPHONE***

***(Studi Mahasiswa Manajemen Universitas Pelita Bangsa Cikarang Angkatan
2020)***

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Widya Ayu Lestari
112011031

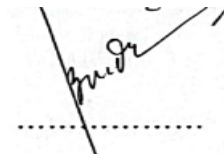
Telah dipertahankan didepan dewan penguji Skripsi pada Hari Jumat, Tanggal 16, Bulan Agustus, Tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,

Ir. Kurbandi Satpatmanty B.R, M.M., D.B.A
NIDN : 0406046703

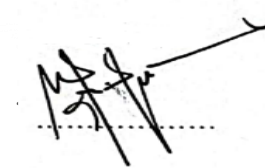
Tanda Tangan



Anggota Penguji,

Dr.RR. Wening Ken Widodasih, S.H., M.M
NIDN : 0413056903

Tanda Tangan



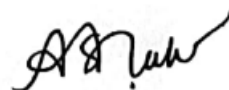
Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen



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

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 : Widya Ayu Lestari
NIM : 112011031
Program studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

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

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi bukan hasil karya hasil saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 21 Juli 2024



METERAI
TEMPEL
AADBALX331649200

Widya Ayu Lestari

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO:

"Jangan pernah menyerah atas impianmu. Impian memberikan tujuan hidup. Ingatlah, sukses bukan kunci kebahagiaan, kebahagiaanlah kunci untuk sukses."

(Widya Ayu Lestari)

"Cobaan hidupmu bukanlah untuk menguji kekuatan dirimu. Tapi untuk menakar seberapa besar kesungguhan dalam memohon pertolongan kepada Allah."

(Ibnu Qoyyim)

"Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu pada sekarang, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah". (Ayu Estiningtyas).

PERSEMBAHAN:

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT, yang memberikan anugerah karunia, sehingga dengan izinNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ayahanda dan Ibunda tercinta terimakasih atas dukungan dan pengorbanannya, kasih sayang, motivasi, serta doa yang tiada hentinya kau langitkan .
3. Kakak dan Adik yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
4. Diri Sendiri, Sudah berjuang dan tetap bertahan sampai sejauh ini.

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah, puja dan puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Produk Iphone (Studi Mahasiswa Manajemen Universitas Pelita Bangsa Cikarang Angkatan 2020)”. Penulisan Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar sarjana program studi manajemen Universitas Pelita Bangsa.

Penulisan Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, nasehat dan kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan berdo'a semoga Allah SWT menambahkan kebaikan atas mereka khususnya kepada:

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera., S.K.M.,M.M.,D,B.A sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
2. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti., S.E.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan dukungan.
3. Ibu Yunita Ramadhani., S.E.,M.Sc. selaku ketua program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staff.
4. Ibu Langgeng Sri Handayani, S.E.,M.M selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama menyusun skripsi.
5. Tim penguji, Bapak Ir. Kurbandi Satpatmanty B.R, M.M., D.B.A dan Ibu Dr.RR. Wening Ken Widodasih, S.H., M.M terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah skripsi mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagikan ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian skripsi ini.

7. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran dan semangat yang telah diberikan.
8. Seluruh staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Kedua orangtua saya, yang sangat saya banggakan karena tiada hentinya melamgitkan doa baiknya serta dukungan dalam memperjuangkan masa depan dan kebahagiaan puterinya. Saya persembahkan karya tulis ilmiah ini dan gelar ini untuk bapak dan ibu.
10. Untuk kaka dan adek saya, yang meberikan *soppurt* dan semangat kepada saya dan juga memberikan bantuan baik meterial maupun non-material. Dan selalu ada disaat suka maupun duka.
11. Sahabat saya Tabitha Ailal Mafaqih terimakasih telah menjadi tempat berkeluh kesah dan selalu membantu selama perkulihan.
12. Terimakasih kepada ka NIHAD NABILA, S.M. sebagai senior yang selama kuliah telah membantu saya.
13. Diri saya Widya Ayu Lestari terimakasih sudah bertahan dan berjuang sejauh ini.termikasih tetap memilih hidup dan berusaha walapun seringkali merasa tertinggal atas segala pencapaian. Bahagialah dimanapun kamu berada, Untuk diriku “apapun kurang dan lebih mu mari merayakan diri sendiri”

Bekasi, 21 Juli 2024

Penulis,



Widya Ayu Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 <i>Brand Image</i>	10
2.1.3 Kualitas Produk.....	12
2.1.4 Gaya Hidup	14
2.2 Penelitian Terdahulu yang relevan.....	15
2.3 Hipotesis.....	18
2.4 Model Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	22
3.3 Kerangka Konsep	23
3.3.1 Desain Penelitian.....	23
3.3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
3.4 Populasi dan Sampel	28
3.4.1. Populasi.....	28
3.4.2. Sampel.....	28
3.5 Metode Pengumpulan Data	29
3.6 Metode Analisis Data	30
3.6.1 Metode Pengujian Instrumen	30
3.6.2 Uji Validitas	31

3.6.3 Uji Reliabilitas	31
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.6.5 Analisis Regresi Sederhana.....	33
3.6.6 Uji Hipotesis	34
3.6.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	35
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Penelitian	36
4.2 Deskripsi Responden.....	37
4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	39
4.3.1 Uji Validitas	39
4.3.2 Uji Reliabilitas	42
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.3.4 Hasil Regresi Linear Sederhana.....	48
4.3.5 Uji Hipotesis	50
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi.....	52
4.4 Pembahasan/ Interpretasi Data	52
4.4.1 Pembahasan Atas Uji Validitas.....	52
4.4.2 Pembahasan Atas Uji Reliabilitas.....	53
4.4.3 Pembahasan Atas Analisa Data.....	53
BAB V PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	22
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3. 3 Skor Pernyataan Kuesioner	30
Tabel 4. 1 Data karakteristik responden berdasarkan usia.....	38
Tabel 4. 2 Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	38
Tabel 4. 3 Data karakteristik responden berdasarkan Program Studi	39
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X1)	40
Tabel 4. 5 Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	40
Tabel 4. 6 Uji Validitas Gaya Hidup (X3)	41
Tabel 4. 7 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	42
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i> (X1).....	43
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)	43
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup (X3)	44
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Linear Sederhana	49
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	51
Tabel 4. 16 Hasil Uji R ²	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	22
Gambar 3. 1 Desain Penelitian	24
Gambar 4. 1 Grafik Histogram	48
Gambar 4. 2 P-P Plot.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Mapping Penelitian Terdahulu	60
Lampiran 2 Pernyataan Kuesioner	63
Lampiran 3 Data Tabulasi.....	68
Lampiran 4 Output Analisis Data	78
Lampiran 5 r Tabel.....	87
Lampiran 6 t Tabel.....	88
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	93

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND
LIFESTYLE ON SMARTPHONE PURCHASE DECISIONS IPHONE
PRODUCTS***

Widya Ayu Lestari ¹⁾
Langgeng Sri Handayani, S.E.,M.M ²⁾

ABSTRACT

Business competition in this era of globalization is very tight. where every company is required to be able to meet consumer needs and strive to create a product that has advantages and creates a product that is different from competitors. Smartphones are experiencing a decline in purchases. This can be caused by several factors from Brand Image, Product Quality, Lifestyle and Purchasing Decisions.

The method used is quantitative, with a sample size of 96 respondents through instrument testing using validity and reliability tests. The analysis method uses Simple linear analysis method by considering the requirements of the classical assumption test, namely the normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. The hypothesis test used is a partial statistical test (t-test). Based on the results of the partial Hypothesis test, it was found that the independent variable, namely Brand Image, significantly contributed greatly to the dependent variable, namely Purchasing Decisions. The results of the partial Hypothesis test found that the independent variable, namely Product Quality, significantly contributed greatly to the dependent variable, namely Purchasing Decisions. Based on the results of the partial Hypothesis test, it was found that the Lifestyle variable significantly contributed greatly to the Dependent variable, namely Purchasing Decisions.

Management and administrators should pay attention to Brand Image, Product Quality and Lifestyle to improve Purchasing Decisions for Consumers.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Lifestyle, Purchasing Decisions

- 1) Mahasiswa
- 2) Dosen Pembimbing

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE PRODUK IPHONE

Widya Ayu Lestari ¹⁾
Langgeng Sri Handayani, S.E.,M.M ²⁾

ABSTRAK

Persaingan bisnis dalam era globalisasi ini sangat ketat. dimana setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing. Smartphone sedang mengalami penurunan pembelian. Hal ini dapat disebabkan dari beberapa faktor dari *Brand Image*, Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif, dengan jumlah sampel 96 responden melalui uji instrumen menggunakan uji validitas dan realibilitas. Metode analisis menggunakan metode analisis linear Sederhana dengan mempertimbangkan syarat uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolineritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji statistik secara parsial (uji t).

Berdasarkan hasil uji Hipotesis secara parsial ditemukan bahwa variabel independen yaitu *Brand Image* dengan signifikan memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian. Hasil uji Hipotesis secara parsial ditemukan bahwa variabel independen yaitu Kualitas Produk dengan signifikan memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil uji Hipotesis secara parsial ditemukan bahwa variabel Gaya Hidup dengan signifikan memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel Dependen yaitu Keputusan Pembelian.

Manajemen dan pengelola sebaiknya memperhatikan *Brand Image*, Kualitas Produk dan Gaya Hidup untuk meningkatkan Keputusan Pembelian bagi para Konsumen.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian