



**PENGARUH IKLAN, GAYA HIDUP, DAN KEPERIBADIAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN APPLE
IPHONE**

SKRIPSI

ICHLASIA ALIYA DIANI 20101111064

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**



**PENGARUH IKLAN, GAYA HIDUP, DAN KEPERIBADIAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN APPLE
IPHONE**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

ICHLASIA ALIYA DIANI 20101111064

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ichlasia Aliya Diani

NIM. : 2010111064

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 12 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Ichlasia Aliya Diani)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ichlasia Aliya Diani
NIM : 2010111064
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Iklan, Gaya Hidup, Dan Kepribadian Merek
Terhadap Keputusan Pembelian Apple Iphone**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Juni 2024

Yang menyatakan,


(Ichlasia Aliya Diani)

SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN, GAYA HIDUP, DAN KEPERIBADIAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN APPLE
IPHONE**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ICHLASIA ALIYA DIANI 2010111064

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 11 Juli 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM, MOS, CPM
Ketua Penguji**



**Rosali Sembiring Colia SE, MM.
Penguji I**



**Diana Triwardhani, SE., MM., Ph.D
Penguji II (Pembimbing)**



**Siti Hidayati, S.E., M.M
Ketua Program Studi**

**Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal :**

Pengaruh Iklan, Gaya Hidup, Dan Kepribadian Merek Terhadap Keputusan Pembelian Apple Iphone

Oleh Ichlasia Aliya Diani

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menganalisis pengaruh Iklan, Gaya Hidup, dan Kepribadian Merek terhadap Keputusan Pembelian Apple iPhone. Penelitian ini mengambil sample sejumlah 100 responden yang berasal dari DKI Jakarta dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* pada pembeli Apple iPhone. Teknik analisis data menggunakan PLS-SEM dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini uji t dengan menggunakan taraf signifikansi. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa (1) iklan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan (3) kepribadian merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: iklan, gaya hidup, kepribadian merek, dan keputusan pembelian.

The Influence of Advertising, Lifestyle, and Brand Personality on Apple iPhone Purchase Decisions

By Ichlasia Aliya Diani

Abstract

This study is a quantitative research that analyzes the influence of Advertising, Lifestyle, and Brand Personality on Apple iPhone Purchase Decisions. The study sampled 100 respondents from DKI Jakarta using purposive sampling methods. Data collection was conducted by distributing questionnaires via Google Forms to Apple iPhone buyers. Data analysis techniques employed PLS-SEM with the assistance of SmartPLS 4.0 software. Hypothesis testing in this study used t-tests with a significance level. The results of this study indicate that (1) advertising has a positive and significant influence on purchase, (2) lifestyle has a positive and significant influence on purchase decisions with, and (3) brand personality has a positive and significant influence on purchase decisions.

Keywords: advertising, lifestyle, brand personality, purchase decisions.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Maret sampai dengan Juli 2024 dengan judul "Pengaruh Iklan, Gaya Hidup, Dan Kepribadian Merek Terhadap Keputusan Pembelian Apple Iphone". Penelitian ini merupakan hasil kerja keras dan dedikasi dari berbagai pihak yang terlibat.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM selaku Kepala Jurusan Manajemen.
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana.
4. Ibu Diana Triwardhani, SE., MM., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan dorongan selama proses penelitian ini berlangsung.
5. Keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan tanpa henti.

Penulis mengucapkan terima kasih dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Iklan.....	6
2.1.2 Gaya Hidup.....	7
2.1.3 Kepribadian Merek.....	9
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	10
2.2 Penelitian Sebelumnya	13
2.3 Model Penelitian.....	22
2.4 Hipotesis.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24

3.1.1	Definisi Operasional	24
3.1.2	Pengukuran Variabel	25
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel	26
3.2.1	Populasi.....	26
3.2.2	Sampel.....	26
3.3	Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1	Jenis Data	27
3.3.2	Sumber Data	27
3.3.3	Pengumpulan Data	28
3.4	Teknik Analisis Data.....	28
3.4.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	28
3.4.2	Pengujian <i>Outer Model</i>	29
a)	Uji Validitas	29
b)	Uji Reliabilitas.....	30
3.4.3	Pengujian <i>Inner Model</i>	30
3.5	Pengujian Hipotesis	31
3.5.1	Uji Parsial (Uji t)	31
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	33
4.1.1	Profil Perusahaan Apple Inc.	33
4.2	Deskripsi Data Penelitian	35
4.3	Analisis Statistik Deskriptif	37
4.4	Uji Kualitas Data	40
4.4.1	Pengujian <i>Outer Model</i>	42
a)	Uji Validitas	43
b)	Uji Reliabilitas	46
4.4.2	Pengujian <i>Inner Model</i>	47
4.5	Uji Hipotesis.....	48
4.6	Pembahasan.....	49
4.6.1	Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	49
4.6.2	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	50

4.6.3	Pengaruh Kepribadian Merek Terhadap Keputusan Pembelian	51
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1	Simpulan.....	53
5.2	Keterbatasan Penelitian	53
5.3	Saran	54
	DAFTAR PUSTAKA	55
	RIWAYAT HIDUP	59
	LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Table 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	20
Table 2. Definisi Operasional Variabel	25
Table 3. Pengukuran Variabel	26
Table 4. Interpretasi Nilai Indeks	29
Table 5. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Table 6. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	36
Table 7. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	36
Table 8. Karakteristik Berdasarkan Kota	37
Table 9. Nilai Indeks Keputusan Pembelian.....	37
Table 10. Nilai Indeks Iklan.....	38
Table 11. Nilai Indeks Gaya Hidup	39
Table 12. Nilai Indeks Kepribadian Merek.....	40
Table 13. Hasil Uji Validitas SPSS.....	41
Table 14. Nilai Loading Factor.....	43
Table 15. Nilai Cross Loadings	44
Table 16. Average Variance Extracted (AVE).....	45
Table 17. Uji Reliabilitas	46
Table 18. R-Square	47
Table 19. Q-Square.....	47
Table 20. Uji T one-tailed test.	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tipe-tipe Smartphone Terlaris di tahun 2023	1
Gambar 2. Kerangka Model Penelitian.....	23
Gambar 3. Logo Perusahaan Apple Inc.	33
Gambar 4. Iklan iPhone	33
Gambar 5. Iklan Video iPhone	34
Gambar 6. Tagline iPhone.....	34
Gambar 7. Kepribadian Apple.....	35
Gambar 8. Nilai Loading Factor.....	42
Gambar 9. Inner Model.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	60
Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden	66
Lampiran 3. Hasil Analisis Kriteria Responden	75
Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif.....	77
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dengan SPSS	79
Lampiran 6. Hasil Output Outer Model	79
Lampiran 7. Hasil Output <i>Inner Model</i>	82
Lampiran 8. Tabel T	84