



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *LIFESTYLE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI
PADA PENGGUNA IPHONE DI JAKARTA SELATAN)**

SKRIPSI

RIFA KHALISHA 2110111202

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



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *LIFESTYLE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI
PADA PENGGUNA IPHONE DI JAKARTA SELATAN)**

SKRIPSI

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

RIFA KHALISHA 2110111202

**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 : Rifa Khalisha

NIM : 2110111202

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

Jakarta, 2 Oktober 2024

Yang menyatakan,

A 10000 Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METRAN', and 'TEMPEL'. The signature is in black ink and appears to be 'Rifa Khalisha'.

(Rifa Khalisha)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK**

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

Nama : Rifa Khalisha
Nim : 2110111202
Fakultas : 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 *Brand Image, Lifestyle*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Iphone Di Jakarta Selatan)

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 : 17 Desember 2024

Yang menyatakan,



(Rifa Khalisha)

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *LIFESTYLE*, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI PADA PENGGUNA IPHONE DI JAKARTA SELATAN)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

RIFA KHALISHA 2110111202

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 17 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM
Ketua Penguji



Dra. Bernadin Dwi, MM, CPM
Penguji I



Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., M.M., CFMP
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedati, SE., MM
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Siti Hidayati, SE., MM
Koordinator Program Studi SI Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 17 Desember 2024

The Influence of Brand Image, Lifestyle, and Product Quality on Purchasing Decisions (Study of iPhone Users in South Jakarta)

By Rifa Khalisha

Abstract

In this modern era, the development of Science and Technology (IPTEK) is experiencing rapid progress with various innovative discoveries continuing to emerge, one of which is progress in communication technology, especially in the development of smartphones. Along with rapid progress in this field, smartphones have become one of the main necessities that cannot be separated from everyday life. This research aims to find out, analyze and prove whether brand image, lifestyle and product quality influence purchasing decisions. The population in this study are iPhone users who live and carry out activities in South Jakarta. The sample used was 100 respondents with a purposive sampling method using non-probability sampling techniques. This research is quantitative research using primary data. Data collection uses a Google form which is distributed online. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis using Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 4.0 software. The results of the test showed that (1) brand image had a significant influence on purchasing decisions, (2) lifestyle had a significant influence on purchasing decisions, and (3) product quality had a significant influence on purchasing decisions.

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

Pengaruh *Brand Image*, *Lifestyle*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Iphone Di Jakarta Selatan)

Oleh Rifa Khalisha

Abstrak

Pada zaman modern ini, perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) mengalami kemajuan yang pesat dengan berbagai penemuan inovatif yang terus bermunculan, salah satunya adalah kemajuan dalam teknologi komunikasi, khususnya dalam perkembangan *smartphone*. Seiring dengan pesatnya kemajuan dalam bidang ini, *smartphone* telah menjadi salah satu kebutuhan utama yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan apakah *brand image*, *lifestyle* dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna iPhone yang berdomisili serta beraktivitas di Jakarta Selatan. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan metode *purposive sampling* menggunakan teknik *non-probability sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Pengumpulan data menggunakan *google form* yang disebarluaskan secara online. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan *software* SmartPLS 4.0. Hasil dari pengujian diperoleh bahwa (1) *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Brand Image*, *Lifestyle*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.uprvj.ac.id> Email : puskom@uprvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025**

Hari ini Selasa, tanggal 17 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Rifa Khalisha

No.Pokok Mahasiswa : 2110111202

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Brand Image, Lifestyle dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Iphone di Jakarta Selatan)

Dinyatakan yang bersangkutan (Lulus / Tidak Lulus *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM	Ketua	1.
2	Dra. Bernadin Dwi, MM, CPM	Anggota I	2.
3	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Anggota II (**)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 17 Desember 2024
Mengesahkan

A.n DEKAN
Kaprodik Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena telah melimpahkan karunia, rahmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Brand Image, Lifestyle, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Iphone di Jakarta Selatan)***” sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
2. Bapak Yudi Nur Supriadi, Sos.I., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
4. Bapak Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., M.M., CFMP selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan proposal skripsi ini;
5. Orang tua dan saudara peneliti yang telah mendoakan serta memberikan dukungan mental dan finansial kepada peneliti untuk menyusun proposal skripsi;
6. Teman-teman peneliti yang memberikan dukungan, doa, dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari penulisan proposal skripsi ini masih terdapat kekurangan sehingga peneliti menerima saran dan kritik dari para pembaca. Peneliti berharap agar penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 17 Desember 2024

Rifa Khalisha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak.....	vii
BERITA ACARA.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.4 Brand Image.....	18
2.1.5 Lifestyle.....	20
2.1.6 Kualitas Produk.....	21
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	24
2.3 Model Penelitian.....	38

2.3.1 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.3.2 Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.4 Hipotesis.....	40
BAB III	41
METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.1.1 Definisi Operasional	41
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	43
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	43
3.2.1 Populasi.....	43
3.2.2 Sampel	44
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3.1. Jenis Data.....	45
3.3.2. Sumber Data	45
3.3.3. Pengumpulan Data.....	46
3.4 Teknik Analisis Data.....	47
3.4.1 Pre Test.....	47
3.4.2 Teknik Analisis Data Deskriptif.....	48
3.4.3 Teknik Analisis Inferensial	50
3.4.4 Uji Validitas	54
3.4.5 Uji Reliabilitas	55
3.4.6 Uji R Square (R^2)/Koefisien Determinasi.....	56
3.4.7 Uji Q Square (Q^2)	56
3.5 Uji Hipotesis.....	56
BAB IV	58
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	58
4.2 Pretest	60
4.2.1 Content Validity	60
4.2.2 Hasil Uji Validitas Konstruk	60
4.3 Deskripsi Data Penelitian	62

4.3.1 Deskripsi Data Responden.....	62
4.3.2 Analisis Data Deskriptif.....	65
4.4 Analisis Data Inferensial	78
4.4.1 Model Pengukuran (Outer Model).....	78
4.4.2 Model Struktural (Inner Model)	83
4.4.3 Uji Hipotesis	85
4.5 Pembahasan	88
4.5.1 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.5.2 Pengaruh Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian	91
4.5.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	93
BAB V.....	96
SIMPULAN DAN SARAN	96
5.1. Simpulan.....	96
5.2 Keterbatasan Penelitian	97
5.3 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
RIWAYAT HIDUP	104
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peringkat Jumlah Pengguna Smartphone Berdasarkan Negara pada Tahun 2023.....	2
Tabel 2. Worldwide Top 5 Smartphone Companies.....	3
Tabel 3. Hasil Komparasi Brand Index Subkategori: Smartphone.....	5
Tabel 4. Matrik Penelitian Sebelumnya.....	36
Tabel 5. Pengukuran Variabel.....	43
Tabel 6. Bobot Penilaian berdasarkan Skala Likert.....	46
Tabel 7. Kisi-Kisi Pengukuran Variabel.....	47
Tabel 8. Skala Penilaian Survei.....	48
Tabel 9. Interpretasi Nilai Indeks.....	50
Tabel 10. Interpretasi Nilai Reliabilitas.....	55
Tabel 11. Instrumen Penelitian.....	60
Tabel 12. Uji Validitas Konstruk.....	61
Tabel 13. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	62
Tabel 14. Karakteristik responden berdasarkan usia.....	63
Tabel 15. Karakteristik responden berdasarkan domisili.....	64
Tabel 16. Interpretasi Nilai Indeks.....	65
Tabel 17. Analisis Data Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 18. Analisis Data Deskriptif Domisili Variabel Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 19. Analisis Data Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	69
Tabel 20. Analisis Data Deskriptif Domisili Variabel <i>Brand Image</i>	69
Tabel 21. Analisis Data Deskriptif Variabel <i>Lifestyle</i>	72
Tabel 22. Analisis Data Deskriptif Domisili Variabel <i>Lifestyle</i>	72
Tabel 23. Analisis Data Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	75
Tabel 24. Analisis Data Deskriptif Domisili Variabel Kualitas Produk.....	75
Tabel 25. <i>Outer Loading</i>	79
Tabel 26. <i>Cross Loading</i>	80
Tabel 27. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	81
Tabel 28. <i>Composite reliability</i>	82
Tabel 29. <i>Cronbach's alpha</i>	82

Tabel 30. Uji R-Square.....	84
Tabel 31. Uji Q-Square	84
Tabel 32. Uji Hipotesis.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Komparasi Brand Index Subkategori: Smartphone	4
Gambar 2. Tahapan Keputusan Pembelian	15
Gambar 3. Model penelitian Empiris	39
Gambar 4. Langkah-langkah PLS	51
Gambar 5. <i>Inner Model</i>	52
Gambar 6. <i>Outer Model</i>	53
Gambar 7. Konstruk Diagram Jalur	53
Gambar 8. Logo Apple	58
Gambar 9. Smartphone iPhone	59
Gambar 10. <i>Outer Model</i>	78
Gambar 11. <i>Inner Model</i>	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terduhulu	105
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 3. Tabulasi Data Pretest	114
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Konstruk Pre-test.....	118
Lampiran 5. Tabulasi Data	119
Lampiran 6. Deskripsi Data Responden.....	130
Lampiran 7. Analisis Data Deskriptif.....	132
Lampiran 8. Output Analisis Data SmartPLS 4.0	135
Lampiran 9. T Tabel	140