



**PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
(Studi Kasus pada Konsumen Renan Store)**

SKRIPSI

HANIFAH LUTHFIANA 1710111037

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



**PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
(Studi Kasus pada Konsumen Renan Store)**

SKRIPSI

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

HANIFAH LUTHFIANA 1710111037

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Hanifah Luthfiana

Nim : 1710111037

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

Jakarta, 03 Februari 2021

Yang Menyatakan,



Hanifah Luthfiana

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Hanifah Luthfiana
NIM : 1710111037
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
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 skripsinya yang berjudul:

PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE PADA KONSUMEN RENAN STORE

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengakhimedia / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 03 Februari 2021

Yang Menyatakan,



Hanifah Luthfiana

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP, DAN KUALITAS PRODUKTERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE (Studi Kasus pada Konsumen Renan Store)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

HANIFAH LUTHFIANA 1710111037

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 03 Februari 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E., M.Si.
Ketua Penguji



Drs. Heni Nastiti, M.M.
Penguji I



Dr. M.B Nani Ariani, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 03 Februari 2021

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, LIFESTYLE AND PRODUCT QUALITY ON IPHONE PURCHASING DECISIONS

By Hanifah Luthfiana

Abstract

This research is about iPhone purchase decisions using quantitative descriptive methods performed on the iPhone. iPhone is a line of smartphones designed and marketed by Apple Inc. The iPhone uses Apple's iOS mobile phone operating system known as the "iPhone OS". The purpose of this research is to analyze and prove whether the purchase decision on this iPhone is influenced by the Brand image, Lifestyle, and Product Quality. The population in this study is the Renan Store consumers who use the iPhone. Samples taken as many as 75 respondents with random sampling method. By distributing questionnaires to Renan Store consumers who use iPhones during the data collection process. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis with the analysis tool used is PLS (Partial Least Square). The results showed that the brand image variable has a correlation value of 0.639, the correlation value of Lifestyle -0.243 and the correlation value of product quality is 0.353 which means it has a partial and significant effect on purchasing decisions. From the analysis of the coefficient of determination, it can be explained that the brand image, lifestyle, and product quality affect the iPhone purchase decision for Renan Store consumers by 68.1%, while the remaining 31.9% is influenced by other variables outside of this research model.

Keywords: Brand image, Lifestyle, Product Quality, Purchase Decision

PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE

Oleh Hanifah Luthfiana

Abstrak

Penelitian ini tentang keputusan pembelian iPhone menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang dilakukan pada iPhone. iPhone adalah jajaran telepon pintar yang dirancang dan dipasarkan oleh Apple Inc. iPhone menggunakan sistem operasi telepon genggam iOS Apple yang dikenal dengan nama "iPhone OS". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui menganalisis dan membuktikan apakah keputusan pembelian pada iPhone ini dipengaruhi oleh Citra Merek, Gaya Hidup, dan Kualitas Produk. Populasi dalam penelitian ini yaitu Konsumen Renan Store yang menggunakan iPhone. Sampel yang diambil sebanyak 75 orang responden dengan metode random sampling. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada Konsumen Renan Store yang menggunakan iPhone saat proses pengumpulan data berlangsung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan alat analisis yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek memiliki nilai korelasi 0,639 , nilai korelasi Gaya Hidup -0,243 dan nilai korelasi Kualitas produk 0,353 artinya berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari analisis koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa citra merek, gaya hidup, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian iPhone pada konsumen Renan Store sebesar 68,1% , sedangkan sisanya 31,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian iPhone ”**. Dengan ini peneliti mengucapkan terima kasih ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan Bapak Wahyudi S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada Dr. MB. Nani Ariani, S.E., M.M., dan ibu Yuliniar, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan saran-saran bermanfaat untuk skripsi saya,

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah memberi ridho Nya dan segala kemudahan, orang tua tercinta, Bapak Helmi Muchtar dan Ibu Sri Sugih Rahayu serta keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih kepada beloved partner Abang M. Ilham, teman teman tersayang Ishmah, Degatha, Ratasya, Mevi, Muiz, Beye dan Tasya yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada penulis selama menulis naskah skripsi ini, serta teman-teman yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik di masa yang akan datang.

Jakarta, 03 Februari 2021

Hanifah Luthfiana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Hasil penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1 Penelitian terdahulu	8
II.2 Tinjauan Pustaka	9
II.2.1 Definisi Pemasaran.....	10
II.2.2 Perilaku Konsumen	10
II.2.3 Konsep Merek	12
II.2.4 Citra Merek	13
II.2.4.1 Dimensi Citra Merek.....	15
II.2.5 Gaya Hidup	16
II.2.5.1 Dimensi Gaya Hidup.....	17
II.2.6 Kualitas Produk	17
II.2.6.1 Dimensi Kualitas Produk	18
II.2.7 Keputusan Pembelian.....	21
II.2.7.1 Dimensi Keputusan Pembelian	23
II.2.8 Citra Merek dan Keputusan Pembelian.....	25
II.2.9 Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian.....	25
II.2.10 Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	26
II.3 Model Penelitian Empirik	26
II.4 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
III.1.1 Definisi Operasional.....	28
III.1.2 Pengukuran Variabel	29
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	29
III.2.1 Populasi	29

III.2.2	Sampel.....	30
III.3	Teknik Pengumpulan Data.....	31
III.3.1	Jenis Data	31
III.3.2	Sumber Data.....	31
III.3.3	Pengumpulan Data	32
III.4	Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	33
III.4.1	Teknik Analisis	33
III.4.2	Analisis Inferensial.....	34
III.4.3	Pengujian Hipotesis.....	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	42
IV.1.1	Profil iPhone.....	42
IV.1.2	Profil Renan Store	43
IV.2	Deskripsi Data Responden	44
IV.3	Teknik Analisis Data.....	48
IV.3.1	Analisis Deskriptif.....	48
IV.3.2	Analisis Inferensial.....	50
VI.3.3	Uji Hipotesis.....	57
IV.4	Pembahasan	58
IV.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada Konsumen Renan Store	59
IV.4.2	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada Konsumen Renan Store	59
IV.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Pada Konsumen Renan Store	60
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	62
V.1	Simpulan.....	62
V.2	Keterbatasan Penelitian	63
V.3	Saran.....	63
	DAFTAR PUSTAKA	65
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Data Penjualan Smartphone Q4 2019	3
Tabel 2.	Hasil Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.	Inventarisasi Gaya Hidup	17
Tabel 4.	Pengukuran Variabel	29
Tabel 5.	Bobot penilaian berdasarkan likert.....	32
Tabel 6.	Kisi-kisi Instrumen.....	32
Tabel 7.	Interpretasi Nilai <i>Loading factor</i>	34
Tabel 8.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	44
Tabel 9.	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 10.	Berdasarkan Jenis Pekerjaan	45
Tabel 11.	Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	46
Tabel 12.	Berdasarkan Lamanya Penggunaan iPhone	47
Tabel 13.	Interpretasi <i>Loading factor</i>	48
Tabel 14.	Nilai <i>Loading factor</i> Keputusan Pembelian	48
Tabel 15.	Nilai <i>Loading factor</i> Citra Merek.....	49
Tabel 16.	Nilai <i>Loading factor</i> Gaya Hidup.....	49
Tabel 17.	Nilai <i>Loading factor</i> Kualitas Produk	50
Tabel 18.	<i>Outer Loading Factor</i>	53
Tabel 19.	<i>Fornell-Lacker Criterium</i>	54
Tabel 20.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	55
Tabel 21.	<i>Composite Reliability (CR)</i>	55
Tabel 22.	<i>Cronbach Alpha</i>	56
Tabel 23.	<i>R-Square</i>	56
Tabel 24.	Uji Statistik t.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia.....	2
Gambar 2. Data Pembelian iPhone Global 2019	4
Gambar 3. Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 4. Model Penelitian Empirik	26
Gambar 5. <i>Inner Model</i>	35
Gambar 6. <i>Outer Model</i> Keputusan Pembelian	35
Gambar 7. <i>Outer Model</i> Citra Merek.....	36
Gambar 8. <i>Outer Model</i> Gaya Hidup.....	36
Gambar 9. <i>Outer Model</i> Kualitas Produk	36
Gambar 10. Konstruksi Diagram Jalur	37
Gambar 11. Logo Renan Store.....	43
Gambar 12. <i>Outer Model</i>	51
Gambar 13. <i>Inner Model</i>	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Data Kuisisioner 75 Responden
- Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 6. Hasil Analisis Inferensial
- Lampiran 7. t-tabel
- Lampiran 8. Hasil Turnitin