

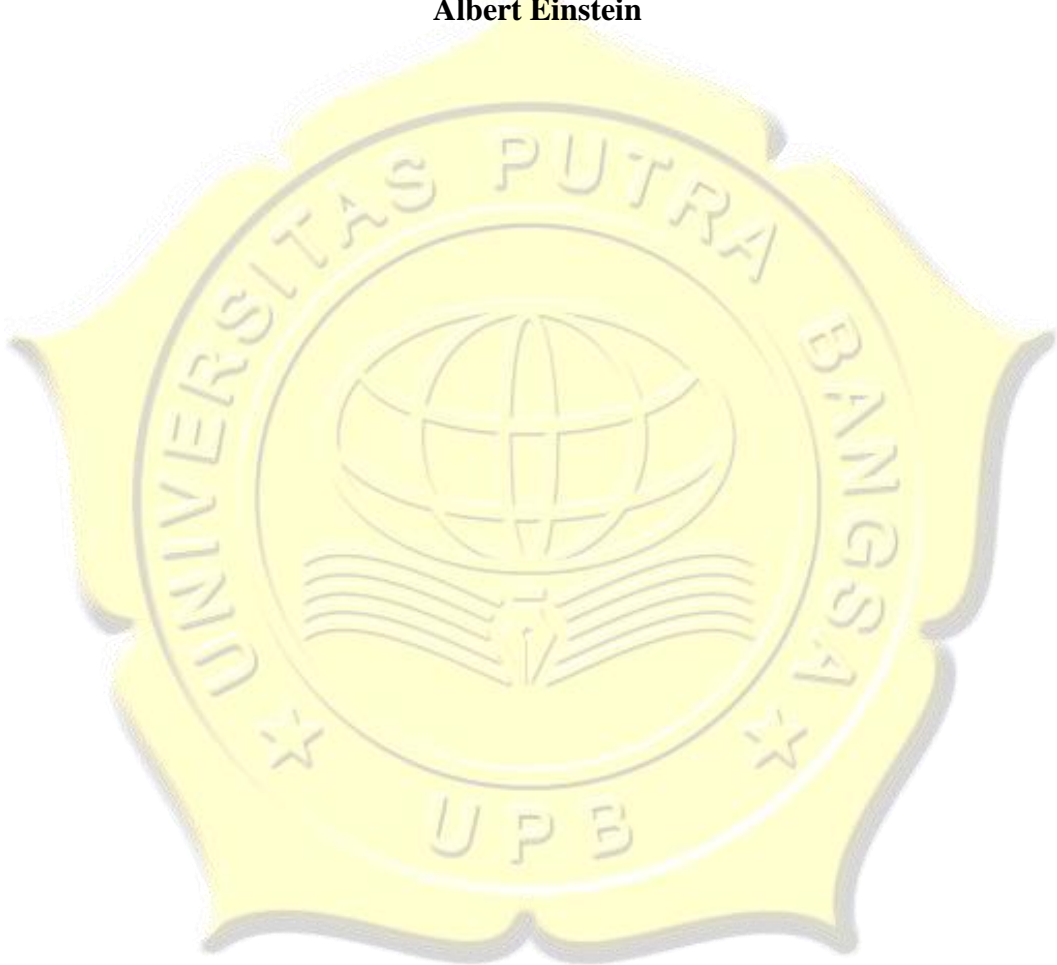
HALAMAN MOTTO

“Ubah pikiranmu dan kau dapat mengubah duniamu.”

Norman Vincent Peale

“Jika kamu ingin hidup bahagia, terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda.”

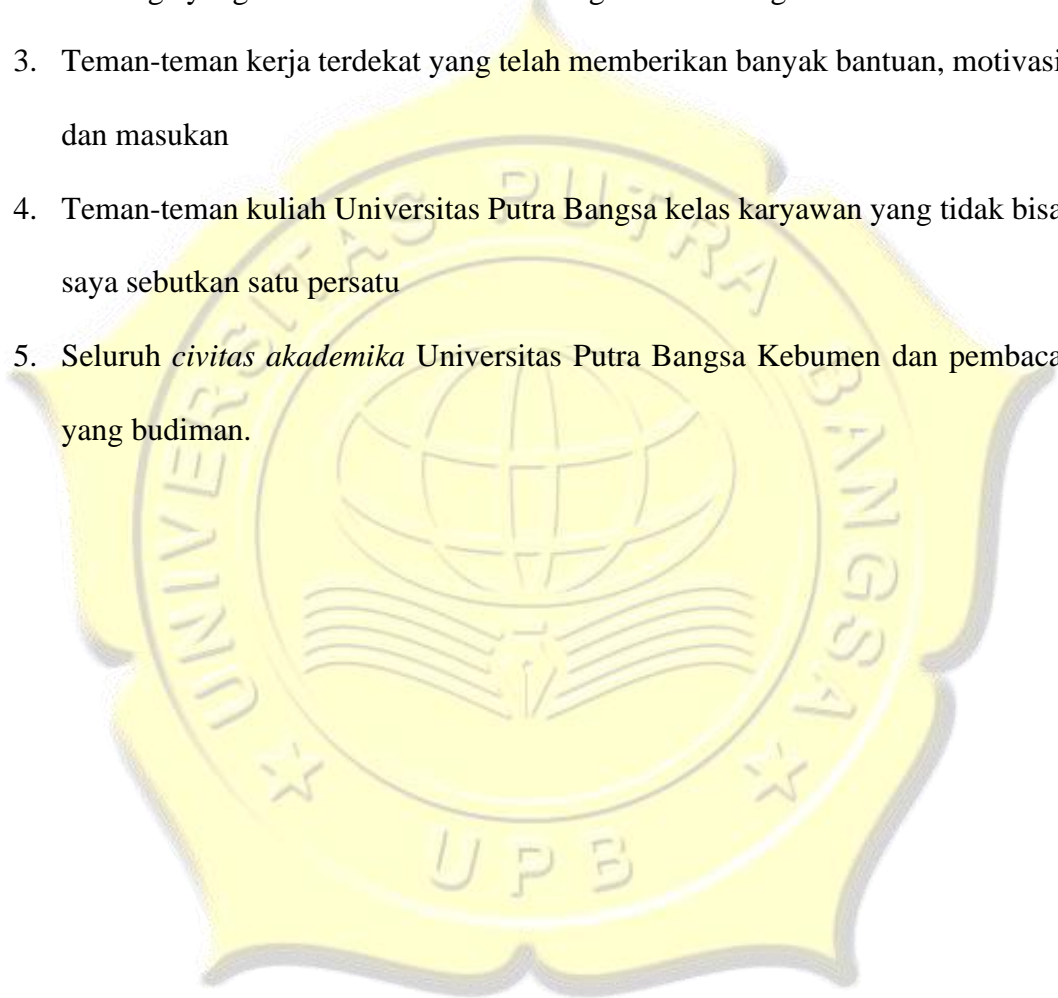
Albert Einstein



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Ayah dan Ibu tersayang yang telah mendo'akan dan memberikan kasih sayang dengan segala pengorbanannya
2. Keluarga yang selalu memberikan semangat dan dukungan
3. Teman-teman kerja terdekat yang telah memberikan banyak bantuan, motivasi dan masukan
4. Teman-teman kuliah Universitas Putra Bangsa kelas karyawan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu
5. Seluruh *civitas akademika* Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Iphone di Kebumen. Responden pada penelitian ini adalah konsumen produk Iphone Kabupaten Kebumen yang berjumlah 100 orang. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan statistika dengan bantuan program SPSS 22. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas uji reliabilitas dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk citra merek dan gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk, citra merek dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Iphone di Kebumen.

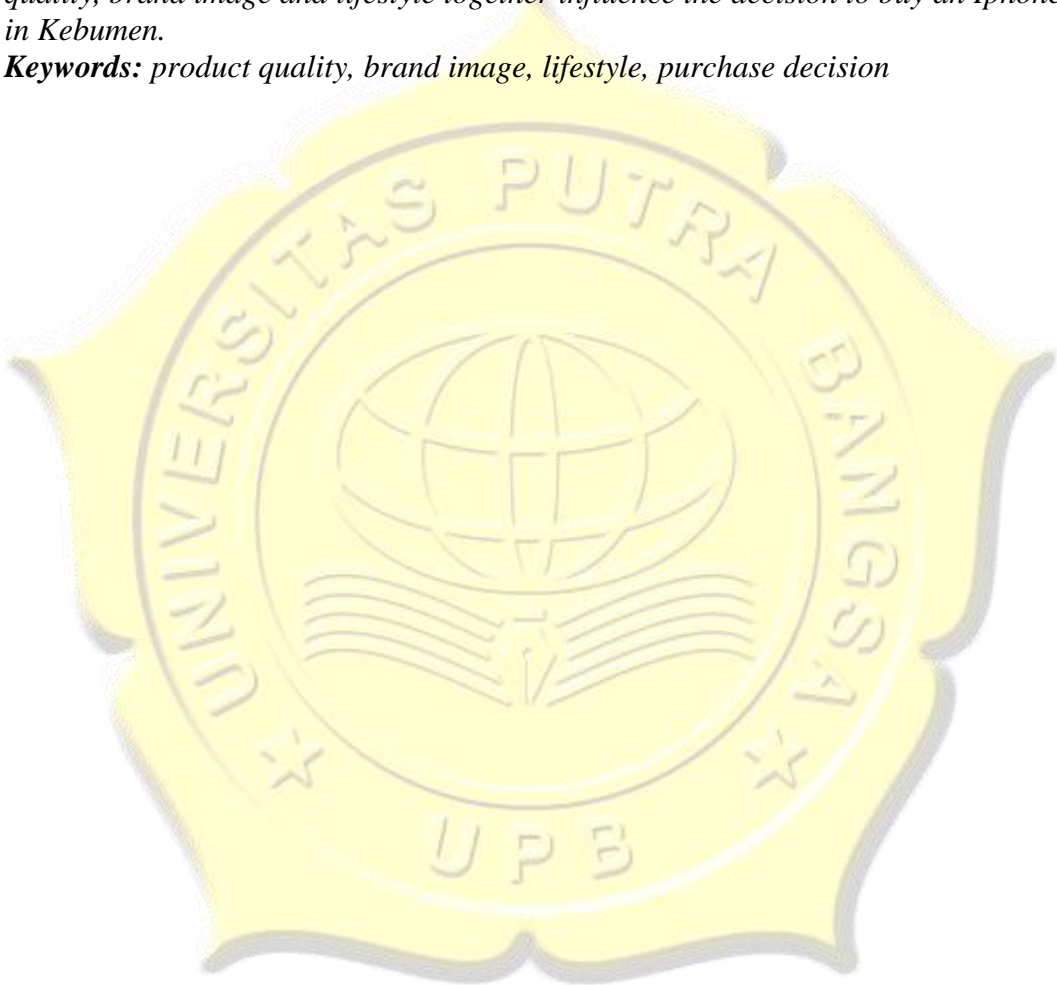
Kata kunci: kualitas produk, citra merek, gaya hidup, keputusan pembelian



ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of product quality, brand image and lifestyle on iPhone purchasing decisions in Kebumen. Respondents in this study were consumers of Iphone products in Kebumen Regency, totaling 100 people. This study used descriptive and statistical analysis methods with the help of the SPSS 22 program. The statistical analysis used in this study was the validity test of the reliability test and multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that product quality influences purchasing decisions, brand image affect purchasing decisions, and lifestyle influences purchasing decisions. Product quality, brand image and lifestyle together influence the decision to buy an Iphone in Kebumen.

Keywords: *product quality, brand image, lifestyle, purchase decision*



KATA PENGANTAR

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Segala puji bagi penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen)."

Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari peran semua pihak yang telah membantu penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Marynta Putri Pratama, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing memberikan kesempatan dan saran kepada penulis.
2. Seluruh Dosen dan *civitas akademika* yang telah membantu dalam proses data yang dibutuhkan
3. Semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.

Penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis pada khususnya bagi pembaca atau *civitas akademika* pada umumnya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Kebumen, 20 Mei 2023

Penulis



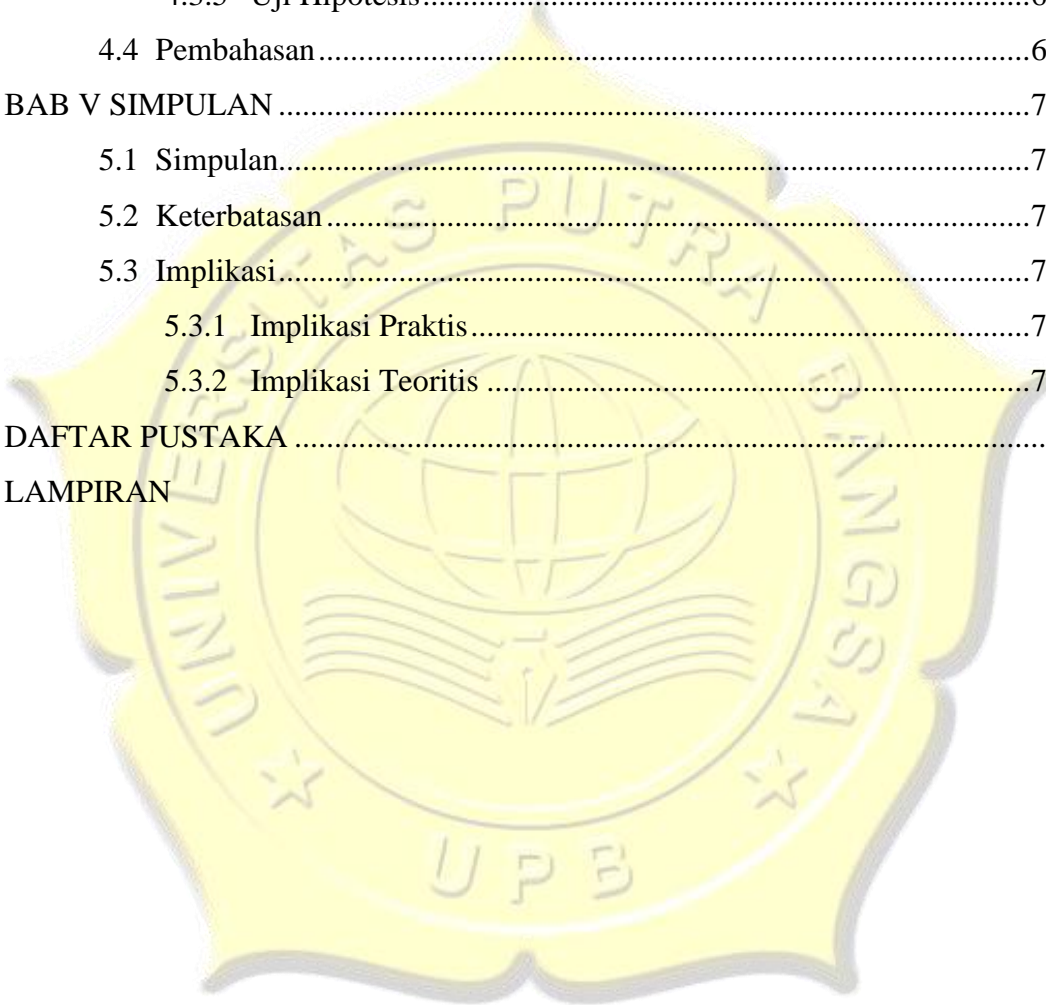
Muhammad Taufik Hidayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
PENGESAHAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Kualitas Produk	13
2.1.2 Citra Merek.....	15
2.1.3 Gaya Hidup.....	18
2.1.4 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1 Kualitas produk dan keputusan pembelian.....	26
2.3.2 Citra merek dan keputusan pembelian	27
2.3.3 Gaya hidup dan keputusan pembelian.....	27
2.4 Model Empiris.....	28

2.5 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Obyek dan Subyek Penelitian	30
3.1.1 Obyek Penelitian	30
3.1.2 Subyek Penelitian	30
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	30
3.2.1 Variabel penelitian	30
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	31
3.3 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	34
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1 Data	36
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	37
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.5.1 Populasi Penelitian	38
3.5.2 Sampel Penelitian	38
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	40
3.6.2 Analisis Statistik.....	41
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	41
2. Uji Asumsi Klasik	44
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4. Uji Hipotesis.....	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum	51
4.1.1 Gambaran Umum	51
4.2 Analisis Deskriptif.....	52
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	52
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54

4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
4.3	Analisis Statistik.....	56
4.3.1	Uji Validitas	56
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	58
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	59
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
4.3.5	Uji Hipotesis.....	64
4.4	Pembahasan.....	67
BAB V SIMPULAN		70
5.1	Simpulan.....	70
5.2	Keterbatasan.....	70
5.3	Implikasi.....	71
5.3.1	Implikasi Praktis.....	71
5.3.2	Implikasi Teoritis	71
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel I-1	Top Brand Award Kategori Smartphone (2020-2022).....	3
Tabel I-2	Penjualan Iphone di Kabupaten Kebumen pada Bulan September- Oktober 2022	4
Tabel I-3	Hasil Observasi Awal Pada Keputusan Pembelian Terhadap iPhone di Kabupaten Kebumen.....	5
Tabel I-4	Hasil Observasi Awal Pada Keputusan Pembelian Terhadap iPhone di Kabupaten Kebumen.....	5
Tabel III-1	Distribusi Variabel Keputusan Pembelian pada Kuesioner.....	32
Tabel III-2	Distribusi Variabel Kualitas Produk pada Kuesioner.....	33
Tabel III-3	Distribusi Variabel Citra Merek pada Kuesioner	33
Tabel III-4	Distribusi Variabel Gaya Hidup pada Kuesioner	34
Tabel IV-1	Responden Berdasarkan Kecamatan	52
Tabel IV-2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel IV-3	Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel IV-4	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel IV-5	Responden Berdasarkan Pendapatan	55
Tabel IV-6	Uji Validitas Kualitas Produk.....	56
Tabel IV-7	Uji Validitas Citra Merek	57
Tabel IV-8	Uji Validitas Gaya Hidup	57
Tabel IV-9	Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	59
Tabel IV-10	Uji Reliabilitas.....	58
Tabel IV-11	Uji Multikolinieritas	59
Tabel IV-12	Kolmogorov Smirnov	61
Tabel IV-13	Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel IV-14	Uji Parsial (Uji t)	65
Tabel IV-15	Uji Simultan (Uji F).....	66
Tabel IV-16	Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1	Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar II-2	Model Empiris.....	28
Gambar IV.1	Uji Normalitas.....	60
Gambar IV-3	Uji Heterokedastisitas.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kartu Bimbingan

Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 : Hasil SPSS

Lampiran 4 : Tabel r

Lampiran 5 : Tabel t

