

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *lifestyle*, *brand image*, dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada produk Roughneck 1991. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *lifestyle* (X1), *brand image* (X2), desain produk (X3), dan keputusan pembelian (Y). Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan statistik meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis regresi linear berganda, dan uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS 23 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinearitas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan memenuhi syarat asumsi normalitas. Variabel *lifestyle* (X1), secara parsial dengan hasil 4,501 berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Roughneck 1991. Variabel *brand image* (X2), secara parsial dengan hasil 2,075 berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Roughneck 1991. Variabel desain produk (X3), secara parsial dengan hasil 3,367 berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Roughneck 1991. Variabel *lifestyle*, *brand image* dan desain produk secara simultan dengan hasil 44,427 berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Roughneck 1991. Nilai R^2 sebesar 0,568 artinya bahwa variabel keputusan pembelian (*dependent*) yang dijelaskan oleh variabel *lifestyle*, *brand image*, dan desain produk (*independent*) dalam penelitian ini sebesar 56,8%, sedangkan 43,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Lifestyle*, *Brand Image*, Desain Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research was conducted to determine the influence of lifestyle, brand image, and product design on purchasing decisions for Roughneck 1991 products. Data collection was carried out using a questionnaire. This research uses a purposive sampling technique with a sample size of 100. The variables used in this research are lifestyle (X1), brand image (X2), product design (X3), and purchasing decisions (Y). The data analysis techniques used are descriptive and statistical analysis techniques including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests, multiple linear regression analysis, and coefficient of determination tests with the help of the SPSS 23 for Windows program. The results of this research show that all variables are declared valid and reliable, there is no multicollinearity, there is no heteroscedasticity, and they meet the requirements for the assumption of normality. The lifestyle variable (X1), partially with a result of 4.501 has a positive and significant effect on purchasing decisions for Roughneck 1991 products. The brand variable image (X2), partially with a result of 2.075 has a positive and significant effect on the decision to purchase Roughneck Products 1991. Product design variable (X3), partially with a result of 3.367 has a positive and significant effect on the decision to purchase Roughneck Products 1991. Variables lifestyle, brand image and simultaneous product design with results of 44.427 has a positive and significant effect on purchasing decisions for Roughneck 1991 Products. The R² value is 0.681, meaning that the purchasing decision variable (dependent) which is explained by lifestyle, brand image and product design (independent) variables in this study is 56.8%, while 43.2% was influenced by other variables not explained in this study.

Keyword: lifestyle, brand image, Design Product, Purchase Decision

HALAMAN MOTTO

”Mengakui kekalahan adalah sebuah keberanian. Bangkit dan pulih dari segala sesuatu yang tidak berjalan sesuai harapan.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda terima kasih yang mendalam kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Wakhidin dan Ibu Siti Nur Khotijah serta adik penulis, Lutfi Khoerunnisa yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Ika Susilowati, S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan, perhatian, dan kesabaran yang selama ini diberikan kepada penulis.
3. Teman-teman seperjuangan di Progam Studi S1 Manajemen khususnya Muhamad Anwar Arfiansyah, Fahrur Rozi Waluyo, Tiyo Aprilianto, Zaenal Abidin dan Badrul Mumin yang selalu memberikan semangat satu sama lain serta memberikan warna perkuliahan saya menjadi menyenangkan.
4. Teman-teman Reguler B yang selalu menyemangati dan memberikan bantuan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis pajatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kelimpahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Lifestyle, Brand Image*, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Roughneck 1991”.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Universitas Putra Bangsa Kebumen. Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik atas bantuan, bimbingan, serta kerjasama dari berbagai pihak yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan baik ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang ikut serta membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini. Pihak-pihak tersebut antara lain :

1. Ibu Ika Susilowati S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
3. Kedua orang tua penulis Bapak Wakhidin dan Ibu Siti Nur Khotijah, dan adik penulis Lutfi Khoerunnisa, serta keluarga besar tercinta yang selalu memberikan dukungan serta motivasi dalam penyusunan skripsi.
4. Sahabat terbaik yang telah memberi dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi yaitu teman teman Reguler B.
5. Teman-teman seperjuangan yang saling menyemangati dan saling mendoakan

6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sekaligus untuk menyempurnakan penulisan skripsi agar menjadi bahan perbaikan bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat menambah pustaka dan bermanfaat bagi pembaca.



Kebumen, 27 Januari 2024

Penulis,

Mokhamad Ikhsanudin

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1. Tinjauan Teori.....	14
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	14

2.1.2.	<i>Lifestyle</i>	20
2.1.3.	<i>Brand Image</i>	24
2.1.4.	Desain Produk	28
2.2.	Penelitian Terdahulu	32
2.3.	Hubungan Antar Variabel	36
2.4.	Model Empiris	38
2.5.	Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	40
3.1.1.	Objek Penelitian	40
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	40
3.2.	Variabel Penelitian	40
3.2.1.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	41
3.2.2.	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	41
3.3.	Definisi Operasional Variabel	41
3.3.1.	Variabel Keputusan Pembelian	41
3.3.2.	Variabel <i>Lifestyle</i>	43
3.3.3.	Variabel <i>Brand Image</i>	44
3.3.4.	Variabel Desain Produk	44
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	45
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data	47
3.5.1.	Jenis Data	47
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6.	Populasi dan Sampel	49
3.6.1.	Pengertian Populasi.....	49

3.6.2.	Pengertian Sampel.....	49
3.7.	Teknik Analisis Data	51
3.7.1.	Teknik Analisis Deskriptif	51
3.7.2.	Teknik Kuantitatif	51
3.8.	Alat Analisis Data	52
3.8.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.8.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	56
3.8.4.	Uji Hipotesis	57
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		61
4.1.	Analisis Deskriptif.....	61
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	61
4.1.2.	Distribusi Kuesioner	62
4.1.3.	Karakteristik Responden.....	63
4.2.	Analisis Statistik.....	66
4.2.1.	Uji Instrumen	66
4.2.2.	Uji Asumsi Klasik.....	70
4.2.3.	Analisis Regresi Berganda	73
4.2.4.	Uji Hipotesis	75
4.3.	Pembahasan	78
4.3.1.	Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.3.2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.3.3.	Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	81
4.3.4.	Pengaruh <i>Lifestyle</i> , <i>Brand Image</i> , dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	82

BAB V_SIMPULAN	84
5.1. Simpulan.....	84
5.2. Keterbatasan	85
5.3. Implikasi.....	86
5.3.1. Implikasi Praktis	86
5.3.2. Implikasi Teoritis	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Daftar 5 Brand lokal Recommended berdasarkan <i>followers</i> terbanyak Menurut IDN Times	2
Tabel I- 2 Faktor yang mempengaruhi pembelian produk Roughneck 1991 di Kabupaten Kebumen	4
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian .	42
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Lifestyle</i>	43
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i>	44
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Desain Produk	45
Tabel IV- 1 Data Distribusi Kuesioner	62
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	66
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas <i>Lifestyle</i>	67
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	67
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Desain Produk	68
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	68
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel IV- 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	73
Tabel IV- 13 Hasil Uji Persial (Uji t).....	75
Tabel IV- 14 Hasil Uji Simultan (uji F).....	77
Tabel IV- 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	38
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas	72



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Rekapitulasi Data Responden
- Lampiran 4 Uji Validitas
- Lampiran 5 Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Uji Hipotesis
- Lampiran 8 Tabel r
- Lampiran 9 Tabel t
- Lampiran 10 Tabel F
- Lampiran 11 Kartu Seminar Proposal
- Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi

