

HALAMAN MOTTO

“Give up on your dream and die”

-Levi Ackerman



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunianya sehingga Tugas Akhir dengan judul Pengaruh *Product Quality*, *Brand Awareness*, dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans (Studi Pada Mahasiswa di Kebumen) ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu menyertai tiap Langkah dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Diri saya sendiri, yang telah berhasil melawan rasa malas, pesimis, dan ketidakpercayaan. Terimakasih untuk diri saya sendiri karena sudah berjuang sampai pada titik ini.
3. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Marjono dan Ibu Haryani yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendoakan yang terbaik kepada saya.
4. Kakak tercinta, Arif Prihandoko, Alfiah Siti Kusniah, Herdian Wicaksono yang telah menjadi penopang kehidupan kami sekeluarga dan selalu mencarikan jalan keluar kepada adik-adiknya yang dalam keadaan tidak baik.
5. Saudara kembar saya Harfa Iqbal Maulana yang telah menjadi teman berdebat dan bertukar pendapat agar kita menjadi pribadi yang lebih kuat.

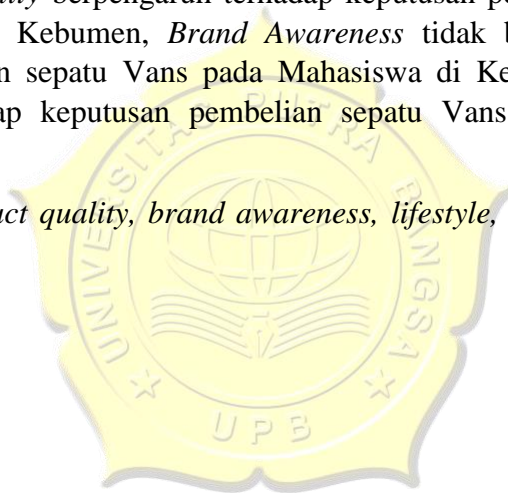
6. Dosen pembimbing, Ibu Marynta Putri Pratama, S.E., M.Si. yang selalu memberikan pengarahan dan bimbingan sampai dengan terselesaikannya Tugas Akhir ini dengan baik.
7. Seluruh teman yang ikut memberkan semangat dalam menyusun Tugas Akhir ini.
8. Kepada FC yang selalu menemani, memberi semangat, dan menjadi pendengar yang baik bagi saya dalam menyusun Tugas Akhir ini



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *product quality*, *brand awareness*, dan *lifestyle* terhadap keputusan pembelian sepatu vans studi pada mahasiswa di Kebumen. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan teknik *non-probability sampling* atau sampel jenuh dengan mengambil sampel secara keseluruhan atau semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Analisis data yang dilakukan dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas, analisis regresi linear berganda, uji hipotseis terdiri dari uji parsial, uji simultan dan uji koefisien determinasi. Alat bantu dalam pengolahan data yaitu dengan menggunakan *IBM SPSS for windows* versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Product Quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada Mahasiswa di Kebumen, *Brand Awareness* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada Mahasiswa di Kebumen, dan *Lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada Mahasiswa di Kebumen.

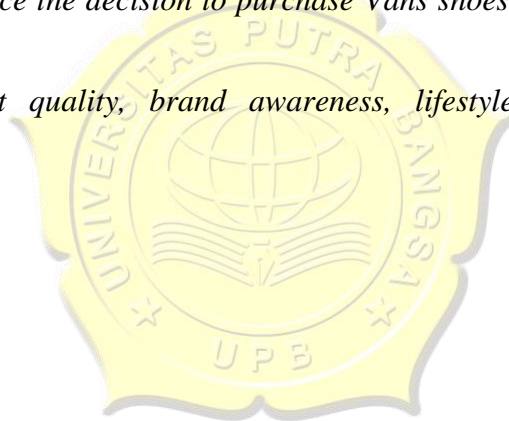
Kata Kunci : *product quality*, *brand awareness*, *lifestyle*, Keputusan pembelian



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality, brand awareness, dan lifestyle on the decision to purchase Vans shoes among college student in Kebumen. The sampling technique is carried out using non-probability sampling techniques or saturated samples by taking the entire sample or all members of the population are used as samples. Respondents in this study numbered 100 people. The data collection technique was carried out through distributing questionnaires. Data analysis was carried out using validity tests, reliability tests and classic assumption tests consisting of multicollinearity tests, heteroscedasticity tests and normality tests, multiple linear regression, hypothesis tests consisting of partial tests, simultaneous tests and coefficient of determination tests. The tool for data processing is using IBM SPSS for Windows version 26.0. The results of this research show that Product Quality influences the decision to purchase Vans shoes in College Student in Kebumen, Brand Awareness does not influences the decision to purchase Vans shoes in College Student in Kebumen, and Lifestyle influence the decision to purchase Vans shoes in College Student in Kebumen.

Keyword : *product quality, brand awareness, lifestyle, purchase decision*



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “pengaruh product quality, brand awareness, dan lifestyle terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada Mahasiswa di Kebumen” tugas akhir ini disusun dan diajukan kepada Universitas Putra Bangsa sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu manajemen.

Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari peran semua pihak yang telah membantu penulis. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Marynta Putri Pratama, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan masukan selama penulisan skripsi ini.
2. Seluruh crew Sepatu Vans yang telah bersedia menjadi objek penelitian penulis.
3. Seluruh Dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa.
4. Terima kasih untuk rekan seperjuangan Kino (Mamat, Kecis, Mamo, Bihor, Ucup, Jibon) dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyusunan tugas akhir ini

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh orang maupun bagi penelitian selanjutnya.

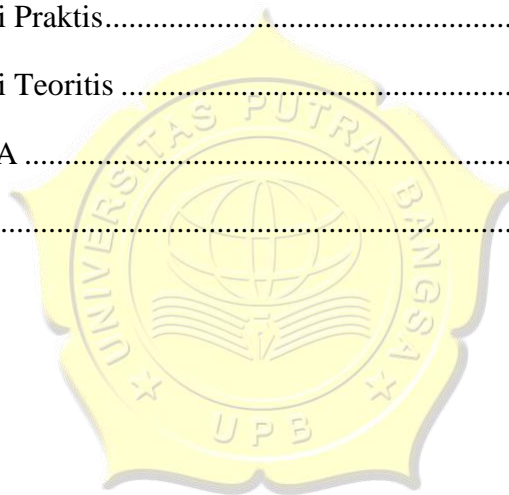
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1. Tinjauan Teori.....	13
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2 <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	15

2.3.1	<i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	20
2.1.1	<i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup)	23
2.1	Penelitian Terdahulu	26
2.3	Hubungan Antar Variabel	27
2.4	Model Empiris	30
2.1	Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Objek dan Subjek Penelitian.....	32
3.1.1	Objek Penelitian	32
3.1.2	Subjek Penelitian.....	32
3.1	Variabel Penelitian.....	32
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.3.1	Variabel Terikat Y.....	33
3.3.2	Variabel Bebas X	35
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	39
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.1	Jenis Data	40
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6	Populasi dan Sampel	44
3.6.1	Populasi Penelitian	44
3.6.2	Sampel Penelitian.....	44
3.6.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.7	Teknik Analisis	46
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	46
3.7.2	Analisis Kuantitatif	47

3.7.3	Alat Analisis Data	47
3.8	Uji Kualitas Data.....	47
3.8.1	Uji Validitas	48
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	49
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	50
3.8.4	Uji Multikolinearitas	50
3.8.5	Uji Heterokedastisitas	51
3.8.6	Uji Normalitas	51
3.9	Analisis Regresi Linier Berganda	52
3.10	Uji Hipotesis	53
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	58
4.2	Analisis Deskriptif	58
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat (Kecamatan).....	59
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Kampus	60
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
4.3	Analisis Statistik	63
4.3.1	Uji Validitas	63
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	66
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	67
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4.3.1	Uji Hipotesis.....	75
4.9	Pembahasan.....	80

4.9.1	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.9.2	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian	81
4.9.3	Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.9.4	Pengaruh <i>Product Quality, Brand Awarenes, dan Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian	83
BAB V SIMPULAN		84
5.1	Simpulan	84
5.2	Keterbatasan.....	85
5.3	Implikasi	85
5.3.1	Implikasi Praktis.....	85
5.3.2	Implikasi Teoritis	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN.....		92



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Hasil Observasi Sepatu Paling Disukai oleh Mahasiswa Kebumen	1
Tabel I-2 <i>Market Share</i> 2023	2
Tabel I-3 Hasil Observasi yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Vans Pada Mahasiswa di Kebumen	3
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel III- 1 Distribusi Variabel Keputusan Pembelian.....	35
Tabel III- 2 Distribusi Variabel <i>Product Quality</i>	36
Tabel III- 3 Distribusi Variabel <i>Brand Awareness</i>	37
Tabel III- 4 Distribusi Variabel <i>Lifestyle</i>	38
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	59
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kampus	60
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel IV-5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel IV – 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Quality</i>	64
Tabel IV – 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	64
Tabel IV – 8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i>	65
Tabel IV – 9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	66
Tabel IV – 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel IV – 11 Hasil Uji Multikoloneritas	68
Tabel IV – 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial (uji t).....	75
Tabel IV – 14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	78
Tabel IV – 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris.....	30
Gambar IV – 1 Hasil Uji Heterokedasitas	69
Gambar IV – 2 Hasil Uji Histogram	71
Gambar IV – 3 Hasil Uji Normalitas	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Data Responden.....	95
Lampiran 3 Tabulasi	102
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	103
Lampiran 5 Hasil Uji Realibilitas	106
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	107
Lampiran 7 Analisis Regresi Linear Berganda	109
Lampiran 8 Tabel T.....	110
Lampiran 9 Tabel T.....	113
Lampiran 10 Tabel F.....	115
Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi.....	118
Lampiran 12 Kartu Seminar.....	119

