

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *lifestyle*, *product uality*, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *lifestyle*, *product uality*, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Data yang diambil dalam penelitian ini yaitu pengguna *smartphone* iPhone pada Mahasiswa Universitas Putra Bangsa Kebumen dengan jumlah 100 orang sebagai responden. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, dan uji f. Data dianalisis dengan bantuan program *SPSS 26 for windows*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *lifestyle* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *product quality* dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *lifestyle*, *product uality*, dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone pada Mahasiswa Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Kata kunci: *lifestyle*, *product uality*, *brand image*, keputusan pembelian



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 *Lifestyle*, *Product Quality*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* iPhone Pada Mahasiswa Universitas Putra Bangsa 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 Dwi Artati, S.E., Ak., CA., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama penulisan skripsi ini.
2. Seluruh Dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa.
3. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam menyusun tugas akhir ini.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
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>Lifestyle</i> (Gaya Hidup).....	17
2.1.3. <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	20
2.1.4. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	27
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	31
2.4. Model Empiris.....	35

2.5.	Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	35
3.2.	Variabel Penelitian	35
3.3.	Definisi Operasional Variabel	36
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	39
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	40
3.6.	Populasi dan Sampel	43
3.7.	Teknik Analisis	45
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		52
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	52
4.2.	Analisis Deskriptif	52
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	53
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	55
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	56
4.2.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Penghasilan	56
4.3.	Analisis Statistik	57
4.3.1.	Uji Validitas	57
4.3.2.	Uji Reliabilitas	60
4.3.3.	Uji Asumsi Klasik	61
4.3.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.3.5.	Uji Hipotesis	68
4.4.	Pembahasan	71
4.4.1.	Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.4.2.	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	73
4.4.3.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	74

4.4.4. Pengaruh Lifestyle, Product Quality, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	76
BAB V SIMPULAN	77
5.1. Simpulan.....	77
5.2. Keterbatasan	78
5.3. Implikasi	79
5.3.1 Implikasi Praktis	79
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85

