

HALAMAN MOTTO

“Kegagalan adalah kesempatan untuk memulai lebih bijaksana.”

Henry Ford



HALAMAN PERSEMBAHAN

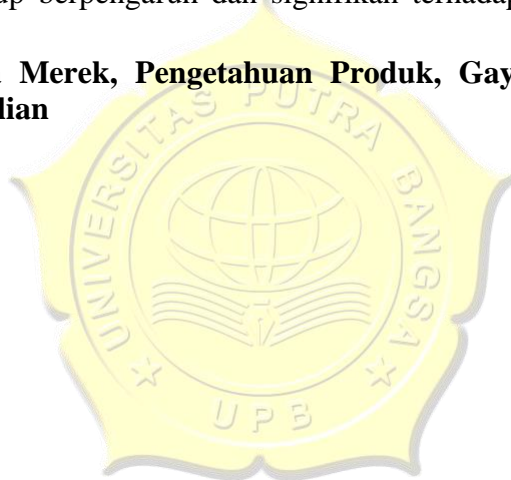
Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT pencipta semesta alam yang telah memberiku hidup sehat, berkah dan rizki-nya,
2. Bapak dan Ibu tercinta terimakasih atas dukungan dan pengorbanannya sungguh cinta kasih Bapak dan Ibu yang tulus, do'a serta kasih sayangnya tak akan pernah saya lupakan selamanya.
3. Untuk seluruh keluargaku dan saudaraku terimakasih atas do'a dan dukungannya.
4. Buat teman saya Septo Adiputro, Aji Darmawan dan Roiqoh Desfi Salsabila yang selalu memberikan support dan pengarahannya kepada saya.
5. Teman-teman saya yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, terimakasih atas dukungan dukungannya.
6. Seluruh *civitas akademika* Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pengaruh Citra Merek, Pengetahuan Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian studi pada masyarakat di Kabupaten Kebumen. Pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling*. penelitian ini mengambil sampel sebanyak 110 responden pada pengguna iPhone bekas di Kabupaten Kebumen dan dapat dilakukan analisis data. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Alat analisis data menggunakan bantuan program aplikasi komputer yaitu *IBM SPSS Statistics 25*. Berdasarkan metode statistika dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas), uji parsial, uji koefisien determinasi, dan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas dan reliabilitas semua variabel dinyatakan valid dan reliabel. Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa variabel citra merek, pengetahuan produk dan gaya hidup berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone bekas.

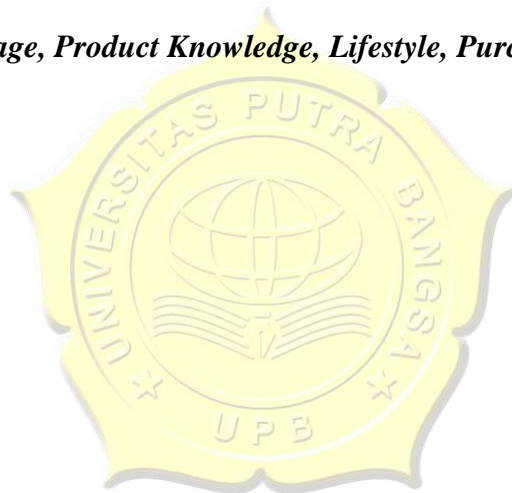
Kata Kunci : Citra Merek, Pengetahuan Produk, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to test and analyze the influence of Brand Image, Product Knowledge and Lifestyle on Purchasing Decisions study on the community in Kebumen Regency. Sampling using the nonprobability sampling method. This study took a sample of 110 respondents on used iPhone users in Kebumen Regency and data analysis can be carried out. This study is a type of quantitative research. Data collection techniques are carried out using questionnaires. Data analysis tools use the help of a computer application program, namely IBM SPSS Statistics 25. Based on statistical methods, validity tests, reliability tests, classical assumption tests (multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, and normality tests), partial tests, determination coefficient tests, and path analysis. The results of this study indicate that based on the validity and reliability tests all variables are declared valid and reliable. Based on the results obtained, the variables brand image, product knowledge and lifestyle have a significant effect on purchasing decisions for used iPhones.

Keywords: Brand Image, Product Knowledge, Lifestyle, Purchasing Decisions



KATA PENGANTAR

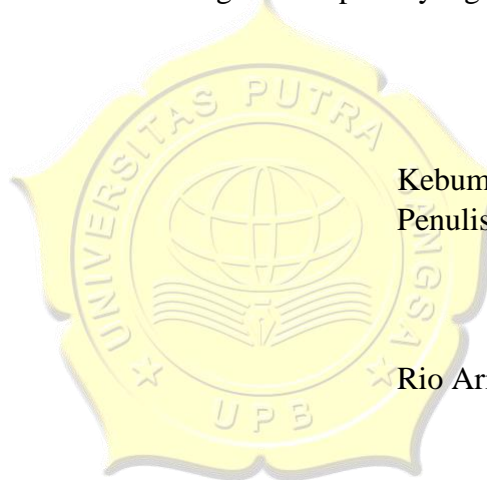
Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, PENGETAHUAN PRODUK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN KEBUMEN)”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan dan mengimplikasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentu penulis menemui banyak kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak saya dapat menyelesaikan skripsi sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Ibu Intan Muliana Rhamdhani, SE.Sy., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf dan karyawan Universitas Putra Bangsa Kebumen.

3. Seluruh staf dan pustakawan perpustakaan Universitas Putra Bangsa Kebumen.
4. Semua responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi data kuesioner yang sangat diperlukan dalam keberlangsungan penulisan skripsi.
5. Kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikanya skripsi ini dari awal sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 31 Juli 2024
Penulis,

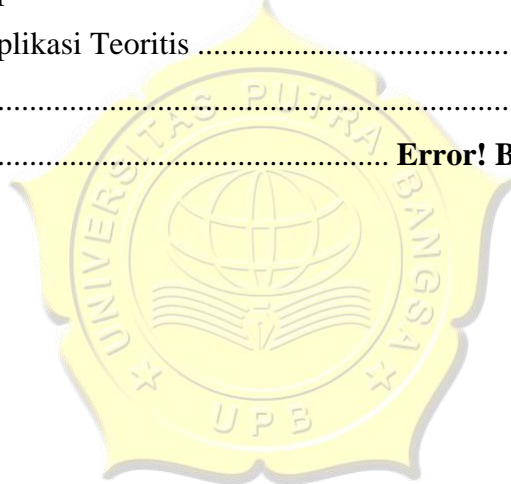
Rio Arif Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Tabel	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.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1. Tinjauan Teori	13
2.1.1. Keputusan Pembelian	13
2.1.2. Citra Merek.....	18
2.1.3. Pengetahuan Produk	22
2.1.4. Gaya Hidup.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Hubungan Antar Variabel	33
2.4. Model Empiris.....	35
2.5. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	37
3.1.1 Objek Penelitian	37

3.1.2	Subyek Penelitian.....	37
3.2	Variabel Penelitian.....	37
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	41
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.1	Jenis Data.....	43
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6	Populasi dan Sampel.....	45
3.6.1	Populasi Penelitian.....	45
3.6.2	Sampel Penelitian.....	46
3.6.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.7	Teknik Analisis.....	47
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	48
3.7.2	Analisis Kuantitatif.....	48
3.8	Alat Analisis Data.....	48
3.8.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.8.3.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3.8.4.	Uji Hipotesis.....	53
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Analisis Deskriptif.....	57
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	57
4.2	Analisis Deskriptif.....	58
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku... 60	
4.3	Analisis Statistik.....	61
4.3.1	Uji Instrumen Validitas Dan Reliabilitas.....	61
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	66
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	70

4.3.4 Uji Hipotesis	72
4.4 Pembahasan	76
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.4.2 Pengaruh Pengetahuan produk Terhadap Keputusan Pembelian.	77
4.4.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.4.4 Pengaruh Citra Merek, Pengetahuan Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	78
BAB V SIMPULAN	79
5.1 Simpulan	79
5.2 Keterbatasan	80
5.3 Implikasi	81
5.3.1 Implikasi Praktis	81
5.3.2 Implikasi Teoritis	82
Daftar Pustaka	85
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.



Daftar Gambar

Gambar II - 1 Model Empiris.....	35
Gambar IV. 1 Hasil Uji Normalitas.....	67
Gambar IV. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70



Daftar Tabel

Tabel I. 1 Data penjualan	4
Tabel I. 2 Hasil Observasi Keputusan Pembelian pada	5
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel III. 1 Indikator Keputusan Pembelian	39
Tabel III. 2 Indikator Citra Merek	40
Tabel III. 3 Indikator Pengetahuan Produk	40
Tabel III. 4 Indikator Gaya Hidup	41
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden BerdasarkanPendapatan/Uang Saku.....	61
Tabel IV. 5 Hasil Validitas Keputusan Pembelian.....	62
Tabel IV. 6 Hasil Validitas Citra Merek.....	63
Tabel IV. 7 Hasil Validitas Pengetahuan Produk	64
Tabel IV. 8 Hasil Validitas Gaya Hidup.....	64
Tabel IV. 9 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel IV. 10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	68
Tabel IV. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel IV. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	71
Tabel IV. 13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	73
Tabel IV. 14 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	75
Tabel IV. 15 Hasil Uji Determinasi (Uji R ²)	76