

HALAMAN MOTTO

**“Tetaplah Rendah Hati dan Jangan Mudah Menyerah”
(Erlina Kurniasari)**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan doa dan do'a dari orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tepat waktu.
2. Untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan berusaha selama ini. Terimakasih atas kerja kerasnya selama ini. Dan harus tetap berdoa dan berusaha untuk kedepannya agar menjadi yang lebih baik.
3. Untuk kedua orang tua saya yang selalu memberi dukungan serta do'a secara lahir maupun batin.
4. Dosen pembimbing Bapak Dr.Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. yang telah memberikan ilmu, arahan dan bimbingan dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Untuk keluarga besar saya yang telah memberi dukungan dan semangat sehingga penulis semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Teman-teman kelas MJKB yang tidak dapat saya sebut satu persatu terima kasih atas canda tawa kalian.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *product quality*, *brand image*, dan *lifestyle* terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung (Studi pengguna *smartphone* samsung di Kabupaten Kebumen). Penelitian ini mengambil sampel 110 responden pada pengguna *smartphone* samsung di Kabupaten Kebumen. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner melalui google forms. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *Non-Probability Sampling* yang diambil dengan cara *Purposive Sampling*. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *product quality* (*X1*), *brand image* (*X2*), *lifestyle* (*X3*) dan keputusan pembelian (*Y*). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dan statistik meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, uji analisis regresi berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan program SPSS for Windows (Statistical Product and Services Solutions) versi 2025.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel. Hubungan *product quality* terhadap keputusan pembelian menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hubungan *brand image* terhadap keputusan pembelian menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hubungan *lifestyle* terhadap keputusan pembelian menunjukkan pengaruh yang signifikan. Secara simultan variabel *product quality*, *brand image* dan *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Product Quality*, *Brand Image*, *Lifestyle* dan Keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of product quality, brand image, and lifestyle on Samsung smartphone purchasing decisions (a study of Samsung smartphone users in Kebumen Regency). This study sampled 110 respondents from Samsung smartphone users in Kebumen Regency. Data collection used a questionnaire via Google Forms. This study employed a non-probability sampling technique with purposive sampling. The variables used in this study were product quality (X1), brand image (X2), lifestyle (X3), and purchasing decisions (Y). This study employed descriptive and statistical data analysis techniques, including instrument testing, classical assumption testing, multiple regression analysis, and hypothesis testing using SPSS for Windows (Statistical Product and Services Solutions) version 2025.

The results of this study indicate that all variables are valid and reliable. The relationship between product quality and purchasing decisions shows a significant effect. The relationship between brand image and purchasing decisions shows a significant effect. The relationship between lifestyle and purchasing decisions shows a significant effect. Simultaneously, the variables of product quality, brand image and lifestyle influence purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Lifestyle and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Product Quality, Brand Image, dan Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Pengguna *smartphone* samsung di Kabupaten Kebumen)”** dengan kelancaran dan kemudahan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata-1 pada Program Studi Manajemen di Universitas Putra Bangsa. Dalam menyusun skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam hal ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberi bimbingan, saran dan bantuan serta arahan dan juga sudah meluangkan waktunya yang dapat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Untuk kedua orang tua saya yang selalu memberi dukungan serta do'a secara lahir maupun batin.
3. Untuk keluarga besar saya yang telah memberi dukungan dan semangat sehingga penulis semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Untuk diri saya sendiri, Erlina Kurniasari yang telah berjuang dan berusaha selama ini. Terimakasih atas kerja kerasnya selama ini. Dan

harus tetap berdoa dan berusaha untuk kedepannya agar menjadi yang lebih baik.

5. Sahabat dan teman seperjuangan atas semangat dan dukungan yang di berikan hingga saat ini.
6. Seluruh responden yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
7. Semua pihak yang membantu kelancaran penyusunan skripsi ini yang tidak penulis sebutkan satu persatu.

Kebumen, 28 Juli 2025

Erlina Kurniasari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1. Tinjauan Teori	16
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	16

2.1.2.	<i>Product Quality</i>	24
2.1.3.	<i>Brand Image</i>	29
2.1.4.	<i>Lifestyle</i>	34
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	39
2.3.	Hubungan Antar Variabel	47
2.1.	Model Empiris.....	49
2.2.	Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....		51
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	51
3.2.	Variabel Penelitian	51
3.3.	Definisi Operasional Variabel	52
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	59
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data	61
3.5.1.	Jenis Data.....	61
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.6.	Populasi dan Sampel	63
3.6.1.	Populasi Penelitian.....	63
3.6.2.	Sampel Penelitian	63
3.6.3.	Teknik Pengumpulan Sampel	64
3.7.	Teknik Analisis.....	65
3.7.1.	Analisis Deskriptif	66
3.7.2.	Analisis Statistik	66
3.8.	Alat Analisis Data	66
3.8.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik.....	69

3.8.4. Uji Hepotesis.....	73
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1. Analisis Deskriptif.....	76
4.2. Analisis Deskriptif.....	77
4.3. Analisis Statistik.....	80
4.2. Pembahasan	95
BAB V SIMPULAN	99
5.1. Simpulan.....	99
5.2. Keterbatasan	100
5.3. Implikasi	101
5.3.1 Implikasi Praktis	101
5.3.2 Implikasi Teoritis	103
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Data Penjualan Smartphone Samsung Kuartal Ke-3 2023-2024.....	3
Tabel I. 2 Brand Index Award 2022-2024	4
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel III. 1 Indikator Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel III. 2 Indikator Product Quality.....	56
Tabel III. 3 Indikator Brand Image	58
Tabel III. 4 Indikator Lifestyle.....	59
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	77
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	79
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	80
Tabel IV. 5 Hasil Uji Validitas Product Quality	82
Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Brand Image.....	82
Tabel IV. 7 Hasil Uji Validitas Lifestyle	83
Tabel IV. 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	83
Tabel IV. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	84
Tabel IV. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	87
Tabel IV. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	89
Tabel IV. 12 Hasil Uji Persial (Uji t) Coefficients ^a	91
Tabel IV. 13 Hasil Uji Simultan (Uji f)	93
Tabel IV. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	94