

HALAMAN MOTTO

“Only you can change your life, nobody else can do it for you.”

Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tau hanya bagian *succes storiesnya*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Alloh SWT atas terselesaikannya skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kepada kedua orangtua tercinta, yaitu Superhero dan panutanku, Ayahanda Muhadi, terimakasih selalu berjuang dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Pintu surgaku, Ibunda Asiyah, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan dukungan serta do'a yang teramat tulus sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Kepada adikku tersayang, Ferdi Firmansyah dan semua keluarga besar yang tidak bisa saya sebut satu per satu, terimakasih telah membantu dan selalu memberikan semangat kepada saya.
4. Kepada sahabat saya Zulfa Al Khasanah, Anggie Safitri Yusniar, Nida Nur Azizah, Vivi Anggraeni, Istiqomah, Dea Ayu Ananda dan yang tidak bisa saya sebut satu per satu yang selalu ada, selalu membantu saya, tidak hentinya memberikan semangat, dan selalu memberikan dukungannya.
5. Teruntuk jodoh yang saat ini masih belum diketahui keberadaannya entah di bumi bagian mana dan sedang menggenggam tangan siapa. Percayalah kamu adalah salah satu alasan penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini, agar

kelak kamu bangga terhadap penulis yang telah melewati hari-hari sulitnya sendirian. Mungkin saat ini bukan waktu yang tepat untuk bertemu, tapi penulis berharap kelak kita segera dipertemukan dengan versi terbaik kita masing-masing.

6. *Last but no least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all time <3.*



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Lifestyle*, *Product Design*, dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian produk Arei *Outdoor Gear*. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kebumen, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden pengguna produk Arei *Outdoor Gear*. Teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner. Analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi. Teknik analisa yang digunakan menggunakan bantuan program analisis SPSS Versi 25 for Windows. Hasil yang diperoleh dalam penelitian menunjukkan bahwa *Lifestyle*, *Product Design*, dan *Brand Trust* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel *Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel *Product Design* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel *Brand Trust* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Lifestyle*, *Product Design*, *Brand Trust*, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of Lifestyle, Product Design, and Brand Trust on Purchasing Decisions product Arei Outdoor Gear. This research was conducted on the people of Kebumen, data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who used Arei Outdoor Gear products. The data collection technique is by distributing questionnaires. The analysis used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test and coefficient of determination. The analysis technique used uses the SPSS analysis program Version 25 for Windows. The results obtained in the research show that Lifestyle, Product Design, and Brand Trust have a significant effect on purchasing decisions. The Lifestyle variable has a significant effect on Purchasing Decisions, the Product Design variable has a significant effect on Purchasing Decisions, while the Brand Trust variable has a significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords : *Lifestyle, Product Design, Brand Trust, Purchasing Decisions.*



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmannirrohim, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terelesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Tujuan penyusunan skripsi ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Arei Outdoor Gear.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan dengan realitas kehidupan nyata, khususnya pada bidang penelitian ilmiah tentang pemasaran dan pariwisata. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih terdapat kekurangan, untuk itu perlu adanya kritik dan saran yang membangun untuk memperbaikinya.

Melalui tulisan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas ini. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati., S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini.
2. Semua dosen dan civitas Akademik Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.
3. Kedua orang tua Ayahanda Muhadi dan Ibunda Asiyah dan keluarga besar penulis atas doa dan dukungannya.

4. Semua rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa selaku teman seperjuangan.
5. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, motivasi serta amal yang telah diberikan pihak-pihak yang bersangkutan, akan mendapat balasan kebaikan dari Alloh SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 10 Juni 2024

Penulis,

Windi Ayuningtias

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	18
1.3. Batasan Masalah	19
1.4. Tujuan Penelitian	22
1.5. Manfaat Penelitian	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	25
2.1. Tinjauan Teori.....	25
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	25
2.1.2. <i>Lifestyle</i>	33
2.1.3. <i>Product Design</i>	35
2.1.4. <i>Brand Trust</i>	39
2.2. Penelitian Terdahulu.....	43
2.3. Hubungan Antar Variabel	45
2.4. Model Empiris.....	48
2.5. Hipotesis	48

BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	50
3.2. Variabel Penelitian.....	50
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	52
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	59
3.5. Data dan Teknik Pengupulan Data.....	61
3.6. Populasi dan Sampel.....	64
3.7. Teknik Analisis.....	67
3.8. Analisis Data.....	68
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	79
4.1. Analisis Deskriptif.....	79
4.2. Analisis Statistik.....	84
4.3. Pembahasan.....	102
BAB V SIMPULAN.....	106
5.1. Simpulan.....	106
5.2. Keterbatasan.....	107
5.3. Implikasi.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN.....	115



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Peralatan Outdoor Terbaik Buatan Indonesia	5
Tabel I-2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Arei	12
Tabel II-1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	45
Tabel III-1 Indikator Pada Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel III-2 Indikator Pada Distribusi Kuesioner Variabel <i>Lifestyle</i>	60
Tabel III-3 Indikator Pada Distribusi Kuesioner Variabel <i>Product Design</i>	62
Tabel III-4 Indikator Pada Distribusi Kuesioner Variabel <i>Brand Trust</i>	63
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	85
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	86
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i>	88
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Design</i>	89
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Trust</i>	90
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	90
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas	92
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinieritas	93
Tabel IV-11 Hasil Uji Glejser	95
Tabel IV-12 Hasil Uji Kolmogrov	97
Tabel IV-13 Hasil Analisis Linear Berganda	98
Tabel IV-14 Hasil Uji Parsial (Uji t)	101
Tabel IV-15 Hasil Uji Simultan (Uji F)	103
Tabel IV-16 Hasil Uji Determinasi	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris.....	53
Gambar IV-1 Hasil Uji Heterokedastisitas	94
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas.....	96



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Kuisisioner.....	115
Lampiran 2 – Data Responden.....	121
Lampiran 3 - Tabulasi Kuesioner	124
Lampiran 4 - Hasil Uji Instrumen.....	129
Lampiran 5 - Hasil Uji Asumsi Klasik	133
Lampiran 6 - Hasil Analisis Uji Hipotesis.....	136
Lampiran 7 - Tabel r	137
Lampiran 8 - Tabel t	140
Lampiran 9 - Tabel F	143
Lampiran 10 - Kartu Konsultasi Skripsi	146
Lampiran 11 - Kartu Tanda Seminar Proposal Skripsi.....	147

