

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Orang yang hebat tidak dihasilkan oleh kemudahan, kesenangan dan kenyamanan. Tetapi mereka dibentuk dari kesukaran, tantangan dan bahkan air mata”

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

- ❖ **Ibu dan Bapak Tercinta** Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Mama dan Papa yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga.
- ❖ **Kepada Kakak dan Adikku Tercinta** yang sudah memberikan support yang tiada hentinya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
- ❖ **Kepada Orang Terkasihku** terima kasih atas segala perhatian dan dukungannya serta kasih sayang dan kesabarannya memberikan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamiin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor All New Vario 125 Esp Series (Studi Kasus Dealer Honda Suma Pamenang)”**. Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. M. Soebandowo, MS. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Drs. H. Teguh Purwanto, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Dr. Untung Lasiyono, S.E., M.Si. dan Bapak Tri Aripriabowo, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Kedua orang tua saya, Bapak dan Ibu serta Kakakku Devi Widiawati dan Adikku Rian Tri Wahyudi tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan memberikan do'a dalam penyusunan skripsi ini.

7. Dan kepada semua orang terdekat saya Nanidyah Alvionita dan seluruh teman-teman kelas Manajemen 2016 G yang telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 07 Juni 2020

Penulis,

Fani Dwi Agustian

## **ABSTRACT**

*Certainty to buy is an activity in determining the choice accompanied by product purchases. This study is to see the impact of the three variables on the purchasing decision of Suma Pamenang dealers. The population is prospective Honda Matic customers and the sample is 112 respondents Suma Pamenang dealer consumers with incidental sampling techniques. Data analysis uses valid test, reliable test, multiple linear regression analysis, classic assumptions and hypothesis testing (t-test and F-test). The price variable influences the purchase decision, the brand image variable shows it does not affect the purchase decision and the lifestyle variable shows it influences the purchase decision The F-test shows price, brand image and lifestyle influence simultaneously on purchasing decisions.*

***Keywords: Price, Brand Image, Lifestyle and Purchasing Decisions***

## ABSTRAK

Kepastian untuk membeli adalah kegiatan dalam menentukan pilihannya disertai pembelian produk. Pengkajian ini guna melihat dampak yang ditimbulkan ketiga variabelnya terhadap keputusan pembelian dealer suma pamenang. Populasinya adalah calon pelanggan honda *matic* dan sampelnya berjumlah 112 responden konsumen dealer suma pamenang dengan teknik *sampling insidental*. Analisa data menggunakan uji valid, uji *reliable*, analisis regresi linier berganda, asumsi klasik dan pengujian hipotesis (Uji-t dan Uji-F). Variabel harga mempengaruhi keputusan pembelian, Variabel citra merek menunjukkan tidak mempengaruhi keputusan pembelian dan variabel gaya hidup menunjukkan mempengaruhi keputusan pembelian. Uji-F memperlihatkan harga, citra merek dan gaya hidup mempengaruhi secara bersamaan pada keputusan pembelian.

**Kata kunci : Harga, Citra Merek, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian**

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Berita Acara Ujian Skripsi.....	iv
Surat Pernyataan Keaslian.....	v
Motto dan Persembahan .....	vi
Kata Pengantar.....	vii
<i>Abstract</i> .....	ix
Abstrak.....	x
Daftar Isi .....	xi
Daftar Tabel .....	xv
Daftar Gambar .....	xvi
Daftar Lampiran .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Bagi Perusahaan.....	7
1.4.2 Bagi Penulis.....	7
1.4.3 Bagi Universitas.....	7
1.4.4 Bagi Pembaca.....	7
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Pemasaran.....	17
2.2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	18
2.2.1.2 Konsep Pemasaran.....	18
2.2.1.3 Perilaku Konsumen.....	19
2.2.2 Pengertian Harga.....	20

2.2.2.1	Dimensi Harga .....	21
2.2.2.2	Indikator Harga .....	23
2.2.3	Pengertian Citra Merek.....	23
2.2.3.1	Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek.....	24
2.2.3.2	Dimensi Citra Merek.....	25
2.2.3.3	Komponen Citra Merek .....	26
2.2.3.4	Indikator Citra Merek.....	27
2.2.4	Pengertian Gaya Hidup .....	28
2.2.4.1	Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup .....	30
2.2.4.2	Indikator Gaya Hidup.....	35
2.2.5	Keputusan Pembelian.....	36
2.2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	36
2.2.5.2	Proses Pengambilan Keputusan.....	38
2.2.5.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	40
2.2.6	Hubungan Antar Variabel.....	42
2.2.6.1	Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	42
2.2.6.2	Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2.2.6.3	Hubungan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
2.3	Kerangka Konseptual.....	45
2.4	Hipotesis Penelitian.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>49</b>
3.1	Rancangan Penelitian.....	49
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	51
3.2.1	Populasi.....	51
3.2.2	Sampel.....	51
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	51

3.2.4 Jenis dan Sumber Data.....	52
3.2.5 Jenis Data .....	52
3.2.6 Sumber Data .....	53
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.3.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	55
3.3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	55
3.4 Variabel Penelitian & Definisi	
Operasional Variabel .....	56
3.4.1 Variabel Penelitian.....	56
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	56
3.5 Teknik Analisis Data.....	60
3.5.1 Uji Validitas.....	60
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	61
3.5.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	61
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
3.5.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	65
3.5.7 Uji Hipotesis.....	65
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN &amp; PEMBAHASAN.....</b>	<b>69</b>
4.1 Penyajian Data Penelitian.....	69
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	69
4.1.1.1 Sejarah CV. Suma Pamenang. ....	69
4.1.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	69
4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	72
4.1.2.1 Karakteristik Responden.....	72
4.2 Penyajian Data .....	78
4.1.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	82
4.3 Analisis Data .....	89
4.3.1 Uji Validitas.....	89
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	91



4.3.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	93
4.3.4 Uji Asumsi Klasik .....	94
4.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	101
4.2.2.1 Persamaan Garis Linier Berganda.....	102
4.2.2.2 Koefisien Korelasi (R).....	104
4.2.2.3 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	104
4.3.6 Uji Hipotesis .....	105
4.3.7 Pembahasan.....	108
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>115</b>
5.1 Simpulan.....	115
5.2 Saran.....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Vario di CV. Suma Pamenang.....	5
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Akan Dilakukan.....	14
4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	73
4.2 Deskripsi Usia Responden.....	74
4.3 Deskripsi Pekerjaan Responden.....	75
4.4 Deskripsi Status Responden.....	76
4.5 Deskripsi Pendidikan Responden.....	77
4.6 Tabel Perhitungan Kuesioner.....	78
4.7 Distribusi Frekuensi Variabel ( $X_1$ ).....	83
4.8 Distribusi Frekuensi Variabel ( $X_2$ ).....	85
4.9 Distribusi Frekuensi Variabel ( $X_3$ ).....	86
4.10 Distribusi Frekuensi Variabel ( $Y$ ).....	88
4.11 Uji Validitas.....	90
4.12 Uji Reliabilitas.....	92
4.13 Analisis Statistik Deskriptif.....	93
4.14 Uji Normalitas.....	95
4.15 Uji Multikolinieritas.....	98
4.16 Uji Autokorelasi.....	99
4.17 Analisis Regresi Linier Berganda.....	101
4.18 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	104
4.19 Hasil Uji-t.....	105
4.20 Hasil Uji-F.....	107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	39
2.2 Kerangka Konseptual.....	46
3.1 Rancangan Penelitian.....	50
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	70
4.2 Probability Plots.....	97
4.3 Scatterplot.....	100

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Persetujuan

Lampiran 2 : Matrik Penelitian

Lampiran 3 : Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 4. Berita Acara Ujian Proposal Skripsi

Lampiran 5 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi

Lampiran 6 : Surat Izin Penelitian (Kampus)

Lampiran 7 : Surat Balasan Izin Penelitian

Lampiran 8 : Output SPSS versi 24.0