

## **MOTO**

Bagi Manusia yang Berjiwa Besar

Kegagalan Bukanlah Bentuk Ketidakmampuan Manusia

Melaikan Kegagalan Adalah Tangga Menuju Kesuksesan

Penulis

“Allah Tidak Membebani Seseorang Melaikan Sesuai Dengan  
Kadar Kesanggupannya”. QS Al-Baqorah :286

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT dengan segala limpahan rahmat dan hidayah-NYA berbagai kenikmatan yang telah diberikan baik kesehatan jasmani dan rohani sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi yang berjudul : **PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK VIVO (Studi Kasus pada Konsumen VIVO di Desa Sapeken Kabupaten Sumenep)**

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapatkan motivasi dan dukungan dari berbagai pihak, maka sebagai penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Marianus Subandowo, M.S. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Drs. H. Teguh Purwanto, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Drs. H. Teguh Purwanto, M.M. Selaku Dosen pembimbing yang selalu meluwigkan waktunya dan juga kesabarannya dalam membimbing sampai Skripsi saya selesai.
5. Semua Ibu dan Bapak Dosen yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah sabar memberikan ilmu, bimbingan, pelajaran, motivasi, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.

6. Selanjutnya turut disampaikan kepada kepala Desa Sapeken dan aparaturnya yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis hingga Skripsi ini selesai tepat waktu.
7. Kedua orang tuaku yang tercinta yakni ibu Sumarni dan Bapak Moh Taher, yang telah memberikan dukungan berupa semangat, motivasi, dan doanya yang tidak pernah terputus untuk anaknya.
8. Untuk istriku tercinta Ummy Widayanti yang selalu memberikan semangat, motivasi, doa, dan juga yang selalu senantiasa menemani aku diwarkop kopi untuk menyelesaikan Skripsi yang saya garap.
9. Untuk adik pertama saya khairul Apriadi, adik kedua Iksan Jundullah, adik pertama perempuan saya Sabriyatul Fadilah dan adik kedua perempuan Atiyah Janjabilah yang selalu memberi semangat untuk menyelesaikan Skripsi.
10. Kepada Muhamad Asrori teman pertama kali saya kenal waktu maba dan Mohammad Izudin Azmi M, yang selalu membirikan semangat.
11. Kepada teman-teman saya dari prodi Manajemen dan Akuntansi yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan Skripsi.
12. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per-satu terimakasih atas bantuannya dalam penyelesaian Skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu selaku penulis mengharap kritik dan saran dari pembaca

yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 08 Juli 2020  
Penulis,

Hendra Lukmana  
NIM :151500214

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo (studi kasus pada konsumen Vivo di Desa Sapeken Kabupaten Sumenep). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan sampel sebanyak 85 orang dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Nonprobability Sampling* dengan Metode *Purposive Sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu. Teknik pengumpulan data menggunakan Kuesioner dengan *Skala Likers* yang telah di uji instrument, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara parsial Gaya Hidup ( $X_1$ ), Citra Merk ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) Smartphone Merek Vivo di Desa Sapeken Kabupaten Sumenep. Sedangkan secara simultan Gaya Hidup ( $X_1$ ), Citra Merk ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) Smartphone Merek Vivo di Desa Sapeken Kabupaten Sumenep.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Citra Merk, Harga dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to find out the influence of lifestyle, brand image and price on the decision to buy a Vivo brand smartphone (case study on Vivo consumers in Sapeken village, Sumenep district). This research is a quantitative descriptive research with as many as 85 people with the sampling technique used is the Nonprobability Sampling technique with the Purposive Sampling Method or sampling based on certain characteristics. Data collection techniques using a questionnaire with Likers Scale that has been tested by the instrument, the classic assumption test, hypothesis testing and Multiple Linear Regression Analysis. The results of this research show that parsial Lifestyle (X1), Brand Image (X2) and Price (X3) influence the Purchasing Decision (Y) of Vivo Brand Smartphones in Sapeken Village, Sumenep Regency. While simultan Lifestyle (X1), Brand Image (X2) and Price (X3) affect the Decision of Purchasing (Y) Vivo Brand Smartphones in Sapeken Village, Sumenep Regency.*

*Keywords: Lifestyle, Brand Image, Price and Purchase Decision.*

## DAFTAR ISI

### COVER

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>

### BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8

### BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Pemasaran.....	18
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	19
2.3 Gaya Hidup.....	21
2.3.1 Pengertian Gaya Hidup.....	21
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	22
2.3.3 Jenis-Jenis Gaya Hidup.....	24
2.3.4 Indikator dan Pengaruh Gaya Hidup.....	26
2.4 Merek.....	27
2.4.1 Pengertian Merek.....	28
2.4.2 Manfaat Merek.....	29
2.4.3 Karakteristik Merek.....	29

2.5	Citra Merek.....	29
2.5.1	Pengertian Citra Merek.....	30
2.5.2	Manfaat Citra Merek.....	31
2.5.3	Indikator Citra Merek.....	32
2.6	Harga.....	32
2.6.1	Pengertian Harga.....	32
2.6.2	Dimensi Harga.....	33
2.6.3	Strategi dan Tujuan Penetapan Harga.....	34
2.6.4	Indikator Harga.....	37
2.7	Keputusan Pembelian.....	38
2.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	38
2.7.2	Proses Tahap Pembelian.....	39
2.7.3	Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	40
2.7.4	Indikator Keputusan Pembelian.....	43
2.8	Kerangka Konseptual.....	44
2.9	Hipotesis.....	46

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Rancangan Penelitian.....	47
3.2	Populasi sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.2.1	Populasi.....	50
3.2.2	Sampel.....	50
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	51
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	52
3.3.1	Jenis Data.....	52
3.3.3	Sumber Data.....	52
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4.1	Dokumentasi.....	53
3.4.2	Kuesioner.....	53
3.4.3	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	54
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel....	54
3.5.1	Variabel Penelitian.....	54
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	55
3.6	Teknis Analisis Data.....	56
3.6.1	Uji Instrumen Penelitian.....	56
3.6.1.1	Uji Validitas.....	57



3.6.1.2 Uji Reliabelitas.....	58
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	58
3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	59
3.6.2.3 Uji Multikolonieritas.....	60
3.6.2.4 Uji Autokorelasi.....	61
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
3.6.4 Uji Hipotesis.....	63
3.6.4.1 Uji Regresi Secara Parsial (Uji t).....	63
3.6.4.2 Uji Signifikasi Simultan (Uji F).....	64

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	65
4.1.1 Karakteristik Responden.....	65
4.1.1.1 Berdasarkan Usia.....	65
4.1.1.2 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.1.1.3 Berdasarkan Pekerjaan.....	67
4.1.2 Distribusi Frekuensi Variabel.....	67
4.1.2.1 Variabel Gaya Hidup.....	68
4.1.2.2 Variabel Citra Merek.....	69
4.1.2.3 Variabel Harga.....	70
4.1.2.4 Variabel Keputusan Pembelian.....	71
4.2 Analisis Data Penelitian.....	72
4.2.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	72
4.2.1.1 Uji Validitas.....	72
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	75
4.2.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	76
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	82
4.3 Pembahasan.....	85

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan.....	89
5.2 Saran.....	89

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

<b>1.1</b>	Data Penjualan Smartphone VIVO Tahun 2015-2019.....	3
<b>1.2</b>	Data Pengguna Smartphone di Indonesia.....	4
<b>2.1</b>	Penelitian Terdahulu.....	15
<b>3.1</b>	Intrument Skla Likert.....	54
<b>4.1</b>	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
<b>4.2</b>	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
<b>4.3</b>	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
<b>4.4</b>	Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup.....	68
<b>4.5</b>	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek.....	69
<b>4.6</b>	Distribusi Frekuensi Variabel Harga.....	70
<b>4.7</b>	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	71
<b>4.8</b>	Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup.....	72
<b>4.9</b>	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	73
<b>4.10</b>	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	74
<b>4.11</b>	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	75
<b>4.12</b>	Hasil Uji Reliabilitas.....	76
<b>4.13</b>	Hasil Uji Normalitas.....	77
<b>4.14</b>	Hasil Uji Autokorelasi.....	78
<b>4.15</b>	Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
<b>4.16</b>	Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
<b>4.17</b>	Hasil Uji t.....	82
<b>4.18</b>	Hasil Uji F.....	84

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>2.1</b>	Tahap Proses Keputusan.....	40
<b>2.2</b>	Kerangka Konseptual.....	45
<b>3.1</b>	Rancangan Penelitian.....	49
<b>4.1</b>	Hasil Uji Heteros Kedastisitas.....	80

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 3 : Lembar Persetujuan Ujian Skripsi
- Lampiran 4 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 6 : Daftar Hadir Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 7 : Catatan Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 8 : Surat Pengantar Plagiasi
- Lampiran 9 : Surat Bebas Plagiasi
- Lampiran 10 : kuesioner
- Lampiran 11 : Monografi Desa sapeken
- Lampiran 11 : Tabulasi Gaya Hidup (X<sub>1</sub>)
- Lampiran 12 : Tabulasi Citra Merek (X<sub>2</sub>)
- Lampiran 13 : Tabulasi Harga (X<sub>3</sub>)
- Lampiran 14 : Tabulasi Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 15 : Hasil Uji SPSS
- Lampiran 16 : Matrik Penelitian
- Lampiran 17 : Berita Acara Bimbingan Ujian Revisian Skripsi