

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamiin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Citra Merek dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan membeli sepatu Peter Keiza di Matahari Department Cito Surabaya”**.

Selama proses penulisan hingga terselesainya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Marianus Subandowo, M.S. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
2. Bapak Drs. Teguh Purwanto, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
4. I Ketut Surabagiarta, Drs., S.E, M.M dan Evita Purnaningrum, S.Si, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kepada kedua orang tuaku yang terus mensupport dan memberikan do'a yang tiada hentinya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Terima kasih kepada HRD Matahari Dept Store Cito Surabaya yang telah memberikan kesempatan dan ijin kepada saya untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.

7. Terimakasih kepada diriku sendiri Susi Susanti yang selalu berusaha dan berdo'a kepada Allah SWT, selalu meminta dipermudah dan dilancarkan untuk mengerjakan skripsi.
8. Terimakasih untuk teman-teman yang sudah banyak membantu khususnya Anna, Nindra, rossa, ayu, agil, nafisa, dan juga susi yang telah menemaniku selama ini memberi kenangan indah selama penyelesaian skripsi dan berada di bangku kuliah.
9. Teruntuk dirimu yang selalu memberikan semangat dengan sabar dan selalu ada untuk saya, saya mengucapkan terimakasih.

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, 17 Agustus 2020

Penulis,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan *lifestyle* terhadap keputusan membeli sepatu peter keiza di matahari department store Cito Surabaya karena dari beberapa tahun kemarin mengalami penurunan yang sangat drastis untuk itu saya berinisiatif mencari salah satu penyebab turunnya minat pembeli di matahari cito surabaya dengan variabel citra merek dan *lifestyle* untuk sampel yang digunakan sebanyak 154 responden. Variabel yang digunakan penelitian ini terdiri dari variabel bebas (citra merek dan *lifestyle*) dan variabel terikat (keputusan membeli). Untuk penentuan jumlah sampel digunakan dengan teknik *accidental sampling* dan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil dari analisis linier berganda dapat diketahui bahwa citra merek dan *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan membeli

Kata kunci: Citra Merek, *Lifestyle*, Keputusan Membeli.

ABSTRACT

The study is to understand how brand image and lifestyle affects peter keiza decision to buy shoes at the Matahari Cito Surabaya Departement Store because a few years ago experienced a very drastic decline for that I took the initiative to look for one of the causes of decreased buyer interest in Matahari Cito Surabaya with brand image and lifestyle variables for the sample used as many 154 respondents. The variables used in this study are free variables (brand image and lifestyle)and associated variables (purchase decisions)for sampling samples using accidental sampling techniques and using linear regression analysis methods. The results of multiple linear analysis can be seen that brand image and lifestyle influence the buying decision.

Keywords: Brand Image, Lifestyle, Purchase Decisions

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Berita Acara Ujian Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	vii
Abstract.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Pemasaran.....	13
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.2.1.2 Konsep pemasaran	13
2.2.1.3 Strategi Pemasaran	16
2.2.2 Bauran pemasaran.....	17
2.2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	17
2.2.3 Citra Merek.....	18
2.2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	18
2.2.3.2 Tujuan Citra Merek	18
2.2.3.3 Usaha membangun Citra Merek	19

2.2.3.4	Faktor yang mempengaruhi citra merek	19
2.2.3.5	Fungsi Citra merek.....	20
2.2.3.6	Indikator citra merek	20
2.2.4	<i>Lifestyle</i>	21
2.2.4.1	Pegertian <i>Lifestyle</i>	21
2.2.4.2	Jenis-jenis gaya hidup	22
2.2.4.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya hidup	22
2.2.4.4	Bentuk-bentuk gaya hidup.....	24
2.2.4.5	Indikator <i>Lifestyle</i>	24
2.2.5	Keputusan membeli	25
2.2.5.1	Pengertian membeli	25
2.2.5.2	Jenis-jenis perilaku keputusan membeli	26
2.2.5.3	Proses Keputusan membeli.....	26
2.2.5.4	Peran dalam keputusan pembelian	27
2.2.5.5	faktor mempengaruhi keputusan pembelian	28
2.2.5.6	Indikator keputusan membeli	29
2.3	Kerangka Konseptual.....	29
2.4	Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Rancangan Penelitian.....	33
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel ...	35
3.2.1	Populasi.....	35
3.2.2	Sampel.....	35
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3.1	Jenis Data	37
3.3.2	Sumber Data	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1	Prosedur Pengumpulan Data.....	37
3.4.2	Alat pengumpulan data.....	38
3.4.3	Lokasi dan waktu penelitian.....	39
3.4.3.1	Lokasi Penelitian.....	39

3.4.3.2 Waktu Penelitian.....	39
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi	
Operasional Variabel.....	39
3.5.1 Variabel Penelitian.....	39
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.5.2.1 Citra Merek.....	40
3.5.2.2 <i>Lifestyle</i>	40
3.5.2.3 keputusan membeli	41
3.6 Teknik Analisis Data	41
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian	42
3.6.1.1 Uji Validitas	42
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	42
3.6.1.3 Analisis Linier Berganda	43
3.6.1.4 Pengujian Asumsi Klasik.....	43
3.6.1.4.1 Uji Normalitas	43
3.6.1.4.2 Uji Multikolinieritas	44
3.6.1.4.3 Uji Heteroskedasitas.....	45
3.6.1.4.4 Uji Autokorelasi	45
3.6.2 Pengujian Hipotesis.....	46
3.6.2.1 Uji t Parsial.....	46
3.6.2.2 Uji F Simultan.....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum.....	49
4.1.1 Sejarah Perusahaan	49
4.1.2 Deskriptif Data Penelitian.....	50
4.1.3 Karakteristik Responden	51
4.1.3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.1.3.2 Responden Berdasarkan Usia	51
4.1.3.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
4.1.3.4 Responden Berdasarkan Kunjungan	53

4.1.4 Deskripsi Frekuensi Variabl Penelitian	53
4.1.4.1 Deskripsi Frekuensi Variabel Citra Merek.....	53
4.1.4.2 Deskripsi Frekuensi Variabel Lifestyle.....	54
4.1.4.3 Deskripsi Frekuensi Variabel keputusan membeli	55
4.1.5 Analisis Data Penelitian	57
4.1.5.1 Uji Instrumen	57
4.1.5.2 Uji Reliabilitas	58
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.1.8 Koefisien Korelasi dan Determinasi	64
4.1.9 Pengujian Hipotesis	65
4.1.9.1 Uji-t.....	65
4.1.9.2 Uji F	67
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	68

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu	
Dengan Penelitian yang akan dilakukan	10
3.1 Skala <i>Likert</i>	39
4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	51
4.2 Karakteristik Berdasarkan Umur	51
4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	52
4.4 Karakteristik Berdasarkan Kunjungan	53
4.5 Distribusi Frekuensi Tanggapan variabel citra merek	54
4.6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Variabel Lifestyle	55
4.7 Distribusi Frekuensi Tanggapan Keputusan Membeli	56
4.8 Hasil pengujian Validitas	57
4.9 Hasil Uji Reliabilitas	59
4.10 Hasil Pengujian Normalitas Data	60
4.11 Uji Multukolonieritas	61
4.12 Hasil Pengujian Autokorelasi	61
4.13 Hasil perhitungan regresi linier berganda	63
4.14 Koefisien Korelasi dan determinasi	64
4.15 Interpretasi Koefisien Korelasi	65
4.16 Hasil Pengujian Uji-t	66
4.17 Pengujian Uji F	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1 Kerangka Konseptual.....	30
3.1 Rancangan Penelitian.....	34
4.1 Uji Hetrokedastisitas	62

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2: Berita Acara Bimbingan Revisi Sidang
- Lampiran 3: Halaman Lembar persetujuan Skripsi
- Lampiran 4: Berita Acara Ujian Proposal
- Lampiran 5: kuesioner Penelitian
- Lampiran 6: Tabulasi
- Lampiran 7: Hasil Pengujian Data Penelitian