



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial dan Persepsi Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Vaporizer di Sidoarjo
(Studi Kasus: Melati Vapestore)**

Raka Wibawa Putra
161500187

DosenPembimbing
I Made Bagus Dwiarta SE., MM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

**PENGARUH GAYA HIDUP, MEDIA SOSIAL, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN VAPORIZER PADA MELATIVAPE STORE
DI SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

RAKA WIBAWA PUTRA

NIM: 161500187

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PGRI ADI
BUANA SURABAYA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing
layak untuk diuji pada :

Tanggal : 26 Desember 2020

Dosen Pembimbing

I Made Fagus Dwiarta, SE, MM
NPP : 1109598/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vaporizer di Sidoarjo. (Studi Kasus : Melati Vapestore di Sidoarjo.

Identitas Mahasiswa

- | | |
|------------------|-------------------------------|
| a. Nama | : Raka Wibawa Putra |
| b. Nim | : 16-150-018-7 |
| c. Program Studi | : Manajemen |
| d. Fakultas | : Fakultas Ekonomi dan Bisnis |
| e. Alamat Email | : raka.wibawa3107@gmail.com |

Surabaya, 18 Januari 2021

Dosen Pembimbing

I Made Bagus Dwiarta., S.E, M.M
NPP:1109598/PGR/ADI BUANA SURABAYA
Dosen Pembimbing

NPP:1109598/DY



BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini telah diterima dan disetujui oleh panitia ujian skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Adibusana Surabaya.

Pada hari : Kamis

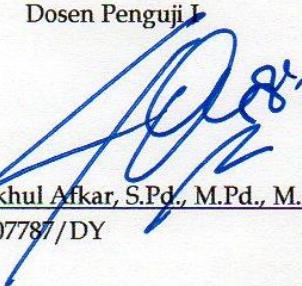
Tanggal : 11 Februari 2021

Tahun : 2021

Mengetahui

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II


Dr.Taufikhul Afkar, S.Pd., M.Pd., M.A.K. Aristha Purwanthari Sawitri, SE.,MA
NPP : 1607787/DY NPP : 1507729/DY

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahi Rabbil'aalamiin, puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vaporizer Pada Melativape Store di Sidoarjo**" tanpa adanya hambatan yang berarti. Sholawat serta salam tak lupa tercurah kepada junjungan umat Islam, Nabi Muhammad Sholallahu „Alaihi Wassalam beserta seluruh keluarga, sahabat, dan pengikut-Nya hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen. Penulis bukanlah apa-apa tanpa adanya bantuan dari semua pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. M. Subandowo, M.S., selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Drs. Teguh Purwanto,M.M., selaku Dekan FakultasEkonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus D, S.E.,M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak I Made Bagus D, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala ilmu dan pengarahan yang telah diberikan oleh penulis.
6. Orangtua tercinta khususnya Ibu saya yang selalu memberikan doa serta dorongan semangat kepada penulis.
7. Mas Hasan, Mas Haris dan Mas Reza, selaku pemilik toko dan karyawan Melativape store Sepanjang-Taman (Sidoarjo).

8. Teman-teman satu angkatan 2016, terima kasih atas segala kebaikan, kebersamaan dan doa serta dukungan moril yang diberikan selama kuliah dan dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
9. Terima kasih kepada sahabat-sahabatku Khoirul Hidayat, Lutfi Fitriyah, Dwi Putri Wahyu Nengsih, dan Vinita Hananda yang selalu memberikan masukan sepatah kata semangat yang tiada hentinya kepada saya dan telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Ramadhana Krisdayanti selaku pacar saya yang selalu memberikan saya semangat dan telah membantu kepada penulis.
11. Semua pihak yang telah mendukung proposal skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan yang Maha Esa melimpahkan rahmad-Nya dan membalas semua amal kebaikan mereka. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena terbatasnya kemampuan dan pengalaman penulis. Oleh Karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 16 September 2020
Penulis,

Surat Pernyataan Keaslian

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Raka Wibawa Putra

Nim : 161500187

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI

Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vaporizer Pada Melativape Store di Sidoarjo" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2019-2020 bersifat original.

Bilamana kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya besedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan umum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 16 September 2020



NIM :161500187

MOTTO

“Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan sebab itu
apabila engkau mempunyai waktu, bekerja keraslah dan kepada
Tuhanmu tunjukkanlah pengharapan”
(QS. Al-Insyirah : 6-8)

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai
dengan kesanggupannya”
(QS Al-Baqarah : 286)

“Ilmu pengetahuan tanpa agama seperti orang buta dan agama
tanpa ilmu pengetahuan seperti orang lumpuh”
(Albert Einstein)

“kekecewaan kita harus salurkan dengan bekerja keras lebih baik
dan keras lagi untuk mencapai impian yang ingin dipenuhi”
(Raka Wibawa Putra)

ABSTRACT

This study aims to determine the impact of lifestyle, social media, and price perceptions on purchasing decisions at MelatiVape Store Sidoarjo. Respondents in the study were Melativapestore consumers in Sidoarjo. The data collection technique used was by distributing questionnaires to respondents using judgmental sampling method that the researcher encountered during the research, also by asking for help from the store owner and his friends to get answers from respondents. The number of samples used in this study were 112 respondents. Data analysis with the help of SPSS 24 used the frequency mean data method for categorization. The results of the study indicate that the impact of Lifestyle, Social Media, and Price Perception can influence the Vape Purchase Decision at Melativapestore in Sidoarjo.

Keywords: Lifestyle, Social Media, Price Perception, and Purchase Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari Gaya Hidup, Media Sosial, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di MelatiVape Store Sidoarjo. Responden pada penelitian adalah para konsumen Melativapestore yang ada di Sidoarjo. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebar kuesioner kepada responden dengan metode *judgemental sampling* yang ditemui peneliti saat penelitian, juga dengan meminta bantuan dari pemilik store serta teman-temannya untuk mendapatkan jawaban dari responden. Jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 112 responden. Data analisis dengan bantuan SPSS 24 menggunakan metode frekuensi data mean untuk pengkategorian. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dampak dari Gaya Hidup, Media Sosial, dan Persepsi Harga dapat berpengaruh dalam Keputusan Pembelian Vape di Melativapestore yang ada di Sidoarjo.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Media Sosial, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Gaya Hidup	16
2.2.1.1 Faktor - Faktor Gaya Hidup	17
2.2.1.2 Dimensi Gaya Hidup	18
2.2.2 Media Sosial	19
2.2.2.1 Karakteristik Media Sosial	19
2.2.2.2 Media Sosial Sebagai Tempat Pemasaran	20

2.2.2.3 Jenis Media Sosial	21
2.2.2.4 Manfaat Media Sosial	22
2.2.3 Persepsi Harga	23
2.2.3.1 Dimensi Persepsi Harga	24
2.2.3.2 Indikator Persepsi Harga	25
2.2.4 Keputusan Pembelian	26
2.2.4.1 Faktor – Faktor Keputusan Pembelian	26
2.2.4.2 Jenis – Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	27
2.2.4.3 Tahap – Tahap Dalam Keputusan Pembelian	28
2.2.5 Hubungan Antar Variabel	29
2.2.5.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.2.5.2 Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.2.5.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.2.6 Kerangka Konseptual	30
2.2.7 Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	35
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel	37
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	38
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1 Jenis Data	39
3.3.2 Sumber Data	39
3.4 Teknik Pengambilan Data	
3.4.1 Kuesioner	40
3.4.2 Prosedur Pengumpulan Data	40

3.4.3	Skala Pengukuran	40
3.4.4	Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	41
3.5.1	Variabel Penelitian	41
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	42
3.6	Teknik Analisis Data	44
3.6.1	Pengujian Instrumen Penelitian	44
3.6.2	Pengujian Asumsi Klasik	45
3.6.2.1	Uji Normalitas	45
3.6.2.2	Uji Multikolinieritas	45
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas	46
3.6.2.4	Uji Autokorelasi	46
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.6.4	Pengujian Hipotesis	48
3.6.4.1	Uji Parsial (Uji T)	48
3.6.4.2	Uji Simultan (Uji F)	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.1	Sejarah Melativapestore	50
4.2	Gambaran Umum Responden	51
4.2.1	Gambaran Umum Responden	51
4.2.1.1	Identifikasi Responden Berdasarkan Konsumen Yang Memutuskan Pembelian di Melativapestore ..	52
4.3	Deskripsi Data Penelitian	52
4.3.1	Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian	52
4.3.1.1	Gaya Hidup (X_1)	52
4.3.1.2	Media Sosial (X_2)	53
4.3.1.3	Persepsi Harga (X_3)	54
4.3.1.4	Keputusan Pembelian (Y)	55
4.4	Analisis Data Penelitian	56

4.4.1	Uji Instrumen Penelitian	56
4.4.1.1	Uji Validitas	57
4.4.1.2	Uji Realibilitas	59
4.4.2	Pengujian Asumsu Klasik	60
4.4.2.1	Uji Normalitas	60
4.4.2.2	Uji Multikolinieritas	61
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	62
4.4.2.4	Uji Autokorelasi	63
4.4.3	Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.4.4	Pengujian Hipotesis	66
4.4.4.1	Uji T	66
4.4.4.2	Uji F	67
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	70
4.5.1	Pengaruh Gaya Hidup (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	70
4.5.2	Pengaruh Media Sosial (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	71
4.5.3	Pengaruh Persepsi Harga (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	72
4.5.4	Pengaruh Gaya Hidup (X_1), Media Sosial (X_2), dan Persepsi Harga (X_3) Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	72
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan	74
5.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Yang Akan Dilakukan	13
Tabel 3.1 Skala Likert	41
Tabel 4.1 Responden Yang Memutuskan Pembelian di MelatiVapestore	52
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup (X_1)	53
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Media Sosial (X_2)	54
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Harga (X_3)	55
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	65
Tabel 4.12 Hasil Uji T	67
Tabel 4.13 Hasil Uji F	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	36
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Halaman Persetujuan Skripsi
Lampiran 2	Surat Izin Pengambilan Data
Lampiran 3	Kartu Kuning Bimbingan Skripsi
Lampiran 4	Surat Ujian Proposal
Lampiran 5	Kuesioner
Lampiran 6	Hasil Output SPSS