

**PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
SANDAL FIPPER  
(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**



**Oleh:**

**MOCH. FARIZY HARDIANSYAH KUNCORO**

**NPM: 16.1.02.10360**

**Program Studi : Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**STIESIA SURABAYA**

**2020**

**PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
SANDAL FIPPER  
(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**



**Oleh:**

**MOCH. FARIZY HARDIANSYAH KUNCORO**

**NPM: 16.1.02.10360**

**Program Studi : Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**STIESIA SURABAYA**

**2020**

**PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK**

**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SANDAL FIPPER**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat**

**Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi: Manajemen**

**Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

**Oleh:**

**MOCH. FARIZY HARDIANSYAH KUNCORO**

**NPM: 16.1.02.10360**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA) SURABAYA**

**2020**

**PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
SANDAL FIPPER  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**

**Dipersiapkan dan Disusun oleh :**

**MOCH. FARIZY HARDIANSYAH KUNCORO  
NPM : 16.1.02.10360**

**Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji  
Pada tanggal 23 April 2020**

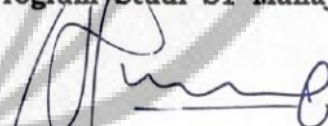
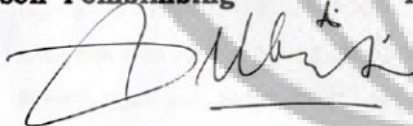
**Susunan Tim Penguji :**

**Ketua : Dr. Nur Laily, M.Si.  
Anggota : 1. Drs. Ec. Sugiyono, M.M.  
2. Drs. Ec. Yahya, M.M.**

**Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima  
Oleh :**

**Dosen Pembimbing**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**



**Drs. Ec. Sugiyono, M.M.**

**Dr. Suwitho, M.Si**



**Ketua STIESIA**



**Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MOCH. FARIZY HARDIANSYAH KUNCORO

NPM : 16.1.02.10360

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH GAYA HIDUP, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SANDAL FIPPER (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**

dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 23 April 2020, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 23 April 2020

Membuat pernyataan,



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Moch Farizy Hardiansyah Kuncoro  
NPM : 16.1.02.10360  
Program Studi : Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 08 September 1997  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : 2 (Dua) / 1 (Pertama)  
Alamat Rumah : Jl. Dinoyo Baru No. 53 Surabaya  
Status : Belum Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Hadi Priyo Kuncoro  
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Dinoyo Baru No. 53 Surabaya  
Alamat Kantor/Telepon : -  
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Negeri Keputran 1 Surabaya tahun 2009.
2. Tamat SLTP di SMP Negeri 33 Surabaya tahun 2012.
3. Tamat SLTA di SMA Negeri 18 Surabaya tahun 2015.

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VII	2016-2020	-

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Moch. Farizy Hardiansyah Kuncoro

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadrat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH GAYAHIDUP, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SANDAL FIPPER”** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Bapak Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
3. Bapak Drs. Sugiyono, Ec., M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan dorongan semangat dengan penuh kesabaran kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi.
4. Bapak Novianto Eko Nugroho, S.E., M.PSDM. selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian berlangsung.

5. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
6. Kepada kedua orang tua saya yaitu Hadi Priyo Kuncoro dan Tatik Suhartini yang selama ini selalu memberikan bantuan kepada saya dalam menempuh pendidikan baik secara moril maupun materil.
7. Kepada keluarga tercinta yaitu adik Moch. Rafli Ferdiansyah K. dan Natasya Putri R. serta saudara-saudara dan seluruh keluarga lainnya yang selalu memberikan motivasi dan doa untuk saya agar dapat menyelesaikan pendidikan sarjana dengan baik.
8. Teman dekat Aulya Forensia yang selalu membantu dan memberikan ide hingga saya mampu menyelesaikan penelitian ini.
9. Sahabat-sahabat tercinta yang selalu memberikan ide, motivasi, doa serta bantuan hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Teman satu bimbingan yang selalu memberikan ide dan selalu bersama-sama berjuang dalam menyelesaikan penelitian, sehingga penelitian ini selesai tepat pada waktunya.
11. Seluruh kawan-kawan SM-3 tercinta yang bersama-sama berjuang dalam penyelesaian perkuliahan selama ini serta yang telah memberikan dukungan serta doa pada saya dalam penyelesaian penelitian ini.
12. Kawan-kawan English Club STIESIA, dan Cemara Soccer STIESIA Surabaya yang telah bersama-sama belajar dalam berorganisasi sehingga memberikan saya banyak pengalaman, ilmu, inspirasi selama ini, dan



tentunya juga memberikan doa serta motivasi kepada saya untuk penyelesaian penelitian ini.

13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terima kasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terimakasih.

Surabaya, 23 April 2020

Moch. Farizy Hardiansyah Kuncoro

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
HALAMAN PENYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Tinjauan Teoritis.....	9
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	9
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	9
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2 Gaya Hidup .....	11
1. Pengertian Gaya Hidup.....	11
2. Faktor-Faktor Gaya Hidup .....	13
3. Indikator Gaya Hidup .....	14
4. <i>Shopping Lifesyle</i> .....	15
2.1.3 Citra Merek .....	16
1. Pengertian Merek.....	16
2. Pengertian Citra Merek.....	16
3. Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek.....	17
4. Tujuan Citra Merek .....	18
5. Indikator Citra Merek .....	18
2.1.4 Kualitas Produk.....	19
1. Pengertian Produk .....	19
2. Tingkatan Produk .....	19
3. Pengertian Kualitas Produk.....	20

4. Dimensi Kualitas Produk.....	21
5. Indikator Kualitas Produk.....	22
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	23
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	23
2. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan Pembelian .....	24
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	26
4. Indikator Keputusan Pembelian .....	28
2.1.6 Penelitian Terdahulu .....	28
2.2 Rerangka Konseptual.....	32
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	33
2.3.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	33
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	34
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	34
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian, Gambaran dari Populasi Penelitian ....	36
3.1.1 Jenis Penelitian .....	36
3.1.2 Gambaran Dari Anggota Populasi Penelitian.....	36
3.2 Teknik Pengambilan Anggota Sampel.....	36
3.2.1 Penentuan Jumlah Anggota Sampel .....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1 Jenis Data.....	38
3.3.2 Sumber Data .....	38
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	39
3.4.1 Variabel .....	39
3.4.2 Definisi Operasional Variabel .....	40
1. Gaya Hidup.....	40
2. Citra Merek.....	40
3. Kualitas Produk .....	41
4. Keputusan Pembelian .....	42
3.5 Teknis Analisis Data .....	42
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
1. Uji Validitas.....	42
2. Uji Reliabilitas.....	43
3.5.2 Uji Statistik Deskriptif.....	43
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.5.4 Uji Asumsi Klasik .....	45
1. Uji Normalitas .....	45

2. Uji Multikolinieritas .....	45
3. Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.5.5 Uji Kelayakan Model.....	46
1. Uji F.....	46
2. Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	47
3.5.6 Uji Hipotesis .....	47
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	49
4.1.1 Gambaran Singkat Perusahaan .....	49
1. Profil Perusahaan.....	49
2. Visi dan Misi Perusahaan .....	50
3. Produk Fipper .....	50
4.1.2 Gambaran Umum dan Subyek Penelitian.....	51
4.1.3 Deskripsi Karakteristik Responden .....	51
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	52
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi .....	53
4.1.4 Deskriptif Hasil Penelitian .....	54
1. Analisis Deskriptif Berkaitan Dengan Gaya Hidup .....	55
2. Analisis Deskriptif Berkaitan Dengan Citra Merek .....	56
3. Analisis Deskriptif Berkaitan Dengan Kualitas Produk .....	57
4. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	58
4.2 Analisis Data.....	59
4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	59
1. Uji Validitas.....	59
2. Uji Reliabilitas.....	62
4.2.2 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	63
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	65
1. Uji Normalitas .....	65
2. Uji Multikolinearitas .....	67
3. Uji Heteroskedastisitas .....	68
4.2.4 Uji Kelayakan Model.....	69
1. Uji Statistik F.....	69
2. Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	70
4.2.5 Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	70
4.3 Pembahasan.....	72
4.3.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sandal Fipper .....	72

4.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sandal Fipper .....	73
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sandal Fipper .....	74
<b>BAB 5 PENUTUP</b>	
5.1 Simpulan .....	76
5.2 Saran .....	77
JADWAL PENELITIAN .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN .....	82



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	52
2. Karakteristik Responden Menurut Usia.....	53
3. Karakteristik Responden Menurut Program Studi.....	54
4. Kelas Interval .....	55
5. Tanggapan Responden Terhadap Gaya Hidup.....	56
6. Tanggapan Responden Terhadap Cita Merek .....	57
7. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk .....	58
8. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
9. Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup.....	60
10. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	61
11. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	61
12. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	62
13. Hasil Uji Reliabilitas.....	63
14. Regresi Linier Berganda.....	64
15. Hasil Uji Normalitas.....	66
16. Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
17. Hasil Uji F.....	69
18. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	67
19. Hasil Perhitungan Uji t.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses Pengambilan Keputusan .....	26
2. Rerangka Pemikiran .....	32
3. Grafik Uji Normalitas Data .....	66
4. Grafik Uji Heteroskedastisitas .....	68



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Kuesioner
2. Tabulasi Hasil Kuesioner
3. Tabulasi Frekuensi Data
4. Uji Validitas dan Reliabilitas
5. Hasil Regresi
6. Hasil Grafik Normal Plot
7. Hasil Grafik Scatterplot
8. Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing
9. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Surat Pernyataan Penelitian dari STIESIA
11. Berita Acara Bimbingan Penulisan Skripsi
12. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian
13. Hasil Uji Plagiasi