

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA *CLOTHING STORE* COSMIC CABANG  
DI SURABAYA**



Oleh :

**DEBORA KAHARU  
NPM: 11.1.02.05017**

**Program Studi : Manajemen  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)  
SURABAYA  
2016**

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA *CLOTHING STORE COSMIC* CABANG  
DI SURABAYA**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi: Manajemen  
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**



**Oleh :  
DEBORA KAHARU  
NPM: 11.1.02.05017**

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

**SURABAYA**

**2016**

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
CLOTHING STORE COSMIC CABANG DI SURABAYA**

**Dipersiapkan dan disusun oleh :**

**DEBORA KAHARU**

**NPM: 11.1.02.05017**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji  
Pada Tanggal 12 Maret 2016**

**Susunan Tim Penguji :**

**Ketua : Dr. Suwito, M.Si.**

**Anggota : 1. Dr. Triyonowati, M.Si.**

**2. Dr. Anindhya Budiarti, S.E., M.M.**

**Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima**

**Oleh:**

**Dosen Pembimbing**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**



**Dr. Anindhya Budiarti, S.E., M.M.**

**Dra. Tri Yuniati, M.M.**



**Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA.**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : DEBORAH KAHARU

NIM : 11.1.02.05017

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *CLOTHING STORE COSMIG* CABANG DI SURABAYA

dan diajukan untuk diuji pada tanggal 12 Maret 2016 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 menyali, 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. Bila kemudian hari 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, 12 Maret 2016

Yang membuat pernyataan



DEBORAH KAHARU

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Deborah Kaharu  
NPM : 11.1.02.05017  
Program Studi : Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Gorontalo/30-12-1992  
Agama : Kristen  
Jumlah Saudara/Anak ke : 4 (Empat) / 2 (Dua)  
Alamat Rumah : Jalan Semolowaru Bahari blok 10/32  
Surabaya  
Status : Belum Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Robi Kaharu  
Alamat Rumah/Telepon : Jalan Semolowaru Bahari blok 10/32  
Surabaya  
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SDN 261 di Surabaya Tahun 2005
2. Tamat SMPN 19 di Surabaya Tahun 2008
3. Taman SMAN 16 di Surabaya Tahun 2011
4. Perguruan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I – VIII	2011-2015	-

Dibuat dengan sebenarnya

**DEBORAH KAHARU**

## KATA PENGANTAR

### Salam Sejahtera

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Clothing Store Cosmic Cabang Surabaya*”** Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata satu (S-1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulisan skripsi ini tidak dapat lepas dari bantuan berbagai pihak, baik bantuan secara moril maupun secara materil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih tak terhingga kepada berbagai pihak yang telah berperan dalam terselesaikannya skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, SE., M.S.A., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dra. Tri Yuniati, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dan Dosen Wali kelas saya.
3. Anindhyta Budiarti, Dr., S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar dan sepenuh hati membimbing dan memberi petunjuk sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

4. Bapak Drs. Ec. Sugiyono M.M. selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian berlangsung.
5. Bapak serta ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah mendidik dan membimbing penulis selama mengikuti kuliah.
6. Pihak-pihak *clothing store* Cosmic Surabaya, terima kasih atas informasi dan kerjasamanya.
7. Mama, Papa, dan keluarga yang telah memberikan dorongan baik moril maupun spiritual untuk menyelesaikan dan mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat saya ( Ika, Wulan, Dinda, Risca, Vaiz, Lydia, Nita, Fintya, Okta, Alfian ) dan keluarga besar UKM Bola Basket STIESIA, serta pendamping terbaik Andan Ramadhan.
9. Teman-teman kelas SM3 dan SM4 ( Bayu, Faizal, Dio, Dimas, Taufan, Wirawan, Reza, Karubi ) dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan motivasinya selama menyusun skripsi ini.

Semoga Allah membalas semua kebaikan kalian semua. Akhirnya dengan segala kerendahan hati yang tulus penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang bersangkutan.

Surabaya, 12 Maret 2016

**DEBORAH KAHARU**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI .....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTARCT.....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Secara Praktis .....	7
1.4.2 Secara Teoritis.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Tinjauan Teoritis.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	9
2.1.3 Gaya Hidup.....	11
2.1.3.1 Pengertian Gaya Hidup .....	11
2.1.3.2 Tahap Perkembangan Gaya Hidup .....	12
2.1.4 Promosi.....	15
2.1.4.1 Pengertian Promosi .....	15
2.1.4.2 Jenis-jenis Promosi .....	17
2.1.5 Kualitas Produk .....	18
2.1.5.1 Pengertian Produk.....	18
2.1.5.2 Pengertian Kualitas Produk .....	21
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	23
2.1.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	23
2.1.6.2 Manfaat Perilaku Konsumen .....	24
2.1.6.3 Peran Konsumen dalam Membeli.....	25
2.1.6.4 Jenis-jenis Perilaku Pembelian .....	25
2.1.6.5 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	28
2.1.7 Hubungan Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk	



Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.1.8 Penelitian Terdahulu.....	32
2.2 Rerangka Pemikiran.....	36
2.2.1 Kerangka Konseptual .....	37
2.3 Perumusan Hipotesis.....	37
<b>BAB 3 METODA PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian Dan Gambaran Dari Populasi Penelitian .....	38
3.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel .....	41
3.4.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	41
3.4.2 Identifikasi Definisi Operasional Variabel.....	42
3.5 Teknik Analisis Data .....	46
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
3.5.2 Regresi Linier Berganda .....	47
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	48
3.5.4 Uji Kelayakan Model .....	49
3.5.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	50
3.5.6 Pengujian Hipotesis.....	51
3.5.7 Koefisien Determinasi Parsial.....	52
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	54
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.2 Hasil Penelitian .....	55
4.2.1 Deskripsi Mengenai Identitas Responden .....	55
4.2.2 Analisa Data.....	56
4.2.2.1 Uji Validitas.....	56
4.2.2.2 Uji Reliabilitas .....	59
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	63
4.2.4 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	67
4.2.5 Pengujian Hipotesis.....	67
4.2.6 Pembahasan.....	70
<b>BAB 5 PENUTUP</b>	
5.1 Simpulan .....	72
5.2 Saran .....	73
JADWAL PENELITIAN .....	74
DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN .....	77

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Inventarisasi Gaya Hidup.....	15
2. Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	35
3. Konstruksi Kuisisioner .....	45
4. Identifikasi Jenis Kelamin.....	55
5. Identifikasi Usia Konsumen.....	56
6. Uji Validitas Variabel Gaya Hidup.....	57
7. Uji Validitas Variabel Promosi .....	57
8. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	58
9. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	58
10. Hasil Uji Reliabilitas .....	59
11. Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi .....	60
12. Regresi Linier Berganda .....	62
13. Uji Multikolinearitas .....	64
14. Hasil Perhitungan Uji F .....	67
15. Hasil Perolehan Uji t dan Tingkat Signifikan .....	68
16. Koefisien Determinasi .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....	28
2. Rerangka Pemikiran .....	36
3. Kerangka Konseptual .....	37
4. Heteroskedaktisitas pada Regresi Linier Berganda .....	65
5. Grafik Normalitas .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Kuisisioner .....	77
2 Tabulasi Hasil Kuisisioner .....	80
3 Tabel Frekuensi .....	82
4 Hasil Validitas dan Reliabilitas .....	87
5 Hasil Regresi .....	89

