

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MS**

**GLOW FOR MEN**



**Oleh :**

**MOCHAMMAD JULI PRIMA DHANI**

**NPM: 18.1.02.11533**

**Program Studi : Manajemen**

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

**SURABAYA**

**2022**

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MS  
GLOW FOR MEN**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat**

**Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi: Manajemen**

**Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

**Oleh:**

**MOCHAMMAD JULI PRIMA DHANI**

**NPM: 18.1.02.11533**

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

**SURBAYA**

**2022**

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MS  
GLOW FOR MEN**

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

**MOCHAMMAD JULI PRIMA DHANI**

**NPM: 18.1.02.11533**

Telah dipertahankan di depan Tim Pengaji

Pada tanggal 23 Maret 2022

Susunan Tim Pengaji:

Ketua : Dr. Djawoto, S.E., M.M.

Anggota : 1. Dra. Ec. Sasi Agustin M.M.

2. Dra. Ec. Sri Utayati, M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Dra. Ec. Sasi Agustin M.M.

Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA

Dr. Nur Fadilah Asyik, S.E., M.Si., AK., CA.

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **MOCHAMMAD JULI PRIMA DHANI**

N.P.M : **18.1.02.11533**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MS GLOW FOR MEN**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 23 Maret 2022 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 symbol 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 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,



**Mochammad Juli Prima Dhani**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Mochammad Juli Prima Dhani  
NPM : 18.1.02.11533  
Program Studi : Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Sidoarjo, 30 Juli 1998  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : 3/3  
Alamat Rumah : Ds. Penambangan, Balongbendo - Sidoarjo  
Status : Belum Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Sugiyono  
Alamat Rumah/Telepon : Ds. Penambangan, Balongbendo - Sidoarjo  
Alamat Kantor/Telepon : -  
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

- |   |            |
|---|------------|
| 1. Tamat SD di SDN Penambangan Sidoarjo     | tahun 2010 |
| 2. Tamat SMP di SMPN 2 Balongbendo Sidoarjo | tahun 2013 |
| 3. Tamat SMA di SMA AL-Islam Krian Sidoarjo | tahun 2016 |
| 4. Pendidikan Tinggi (PT)                   |            |

| Nama PT          | Tempat                             | Semester | Tahun     | Keterangan |
|------------------|------------------------------------|----------|-----------|------------|
| STIESIA Surabaya | Jl. Menur Pumpungan No.30 Surabaya | I-VII    | 2018-2022 | -          |

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

| Tahun | Bekerja di           | Pangkat/Golongan | Jabatan |
|-------|----------------------|------------------|---------|
| 2017  | PT. Intertrend Utama | Finishing        | -       |

Dibuat dengan sebenarnya

Mochammad Juli Prima Dhani

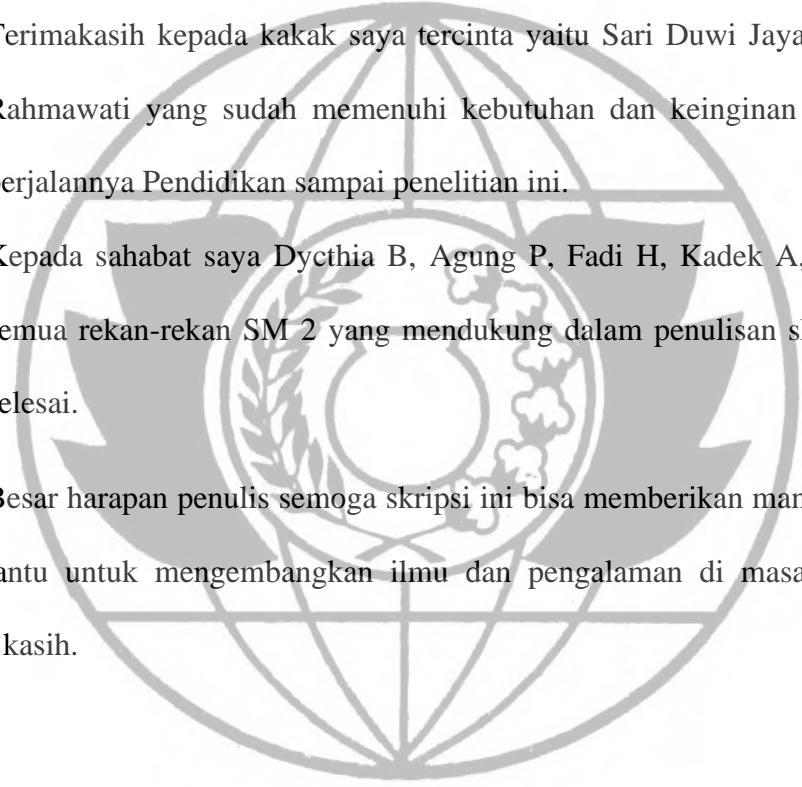
## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MS GLOW FOR MEN”** dengan baik.

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

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

1. Ibu Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., AK., CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Bapak Dr. Suwithe, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M selaku dosen pembimbing skripsi dan selaku dosen wali yang telah bersedia memberikan waktunya yang sangat berharga untuk membimbing penulis selama menyusun skripsi serta membantu dan memberikan pengarahan pada setiap perwalian berlangsung. Terimakasih atas segala masukan, nasihat, dan semangat yang telah diberikan selama ini.

- 
4. Bapak dan Ibu dosen, serta staff STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak hal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
  5. Terimakasih kepada kedua orang tua saya yaitu Sugiyono dan Kartini yang selama ini selalu memberikan semangat serta doa dan mendukung penuh dalam menempuh pendidikan baik secara moril maupun materil.
  6. Terimakasih kepada kakak saya tercinta yaitu Sari Duwi Jayanti dan Yeni Rahmawati yang sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan saya selama berjalannya Pendidikan sampai penelitian ini.
  7. Kepada sahabat saya Dycythia B, Agung P, Fadi H, Kadek A, Apin F dan semua rekan-rekan SM 2 yang mendukung dalam penulisan skripsi hingga selesai.

Besar harapan penulis semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat dan bisa membantu untuk mengembangkan ilmu dan pengalaman di masa mendatang, terima kasih.

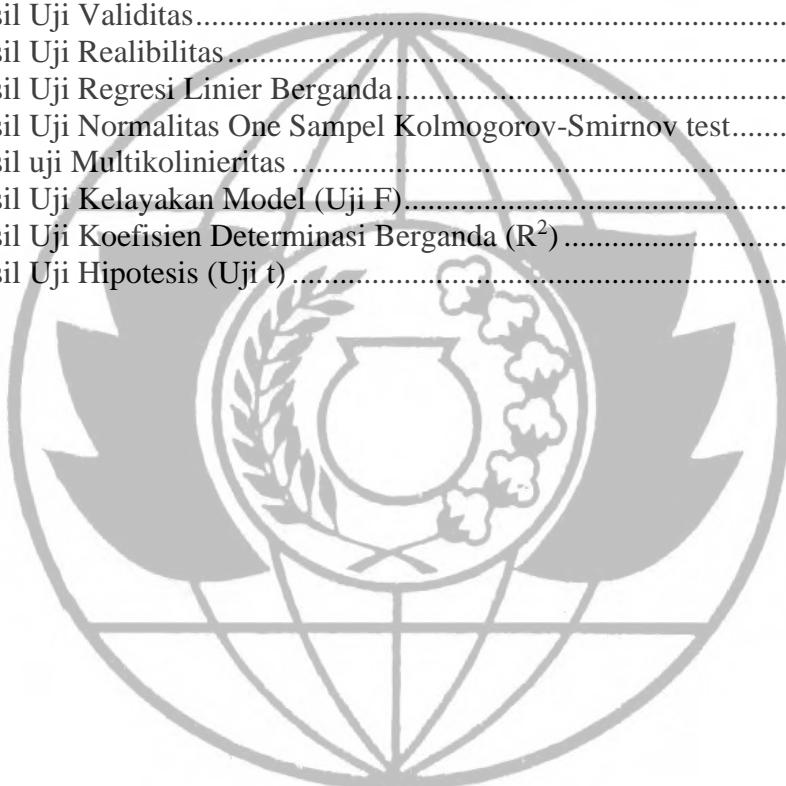
## DAFTAR ISI

|   |           |
|---|-----------|
| HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI .....                               | i         |
| HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI .....                              | ii        |
| HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....                                      | iii       |
| HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....                            | iv        |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....            | v         |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....                                       | vi        |
| KATA PENGATAR .....   | vii       |
| DAFTAR ISI.....   | ix        |
| DAFTAR TABEL.....   | xi        |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xii       |
| DAFTAR LAMPIRAN .....   | xiii      |
| ABSTRAK .....   | xiv       |
| <i>ABSTRACT</i> .....   | xv        |
| <b>BAB 1: PENDAHULUAN.....</b>                                  | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                                 | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                       | 9         |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                     | 10        |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                    | 10        |
| 1.5 Ruang Lingkup.....  | 11        |
| <b>BAB 2: KAJIAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...</b>    | <b>12</b> |
| 2.1 Tinjauan Teoritis.....                                      | 12        |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran.....                                  | 12        |
| 2.1.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix) .....                    | 13        |
| 2.1.3 Gaya Hidup .....  | 14        |
| 2.1.4 Kualitas Produk .....                                     | 16        |
| 2.1.5 Promosi .....   | 18        |
| 2.1.6 Citra Merek .....   | 21        |
| 2.1.7 Keputusan Pembelian.....                                  | 23        |
| 2.1.8 Penelitian Terdahulu .....                                | 25        |
| 2.2 Rerangka Konseptual.....                                    | 28        |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis.....                                 | 29        |
| 2.3.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....    | 29        |
| 2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.... | 30        |
| 2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....       | 31        |
| 2.3.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....   | 32        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB 3: METODE PENELITIAN.....</b>                            | <b>33</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) .....   | 33        |
| 3.1.1 Jenis Penelitian.....                                     | 33        |
| 3.1.2 Gambaran dari Populasi Penelitian .....                   | 33        |
| 3.2 Teknik Pengambilan Sampel .....                             | 34        |
| 3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel.....                              | 34        |
| 3.2.2 Teknik Sampling .....                                     | 35        |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data .....                               | 35        |
| 3.3.1 Jenis Data .....  | 35        |
| 3.3.2 Sumber Data.....  | 36        |
| 3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....                              | 36        |
| 3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....             | 37        |
| 3.4.1 Variabel Penelitian .....                                 | 37        |
| 3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....                        | 37        |
| 3.4.3 Instrumen Penelitian.....                                 | 41        |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....                                  | 42        |
| 3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif .....                       | 42        |
| 3.5.2 Analisis Linier Berganda.....                             | 42        |
| 3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....                                   | 43        |
| 3.5.4 Uji Kelayakan Model .....                                 | 45        |
| 3.5.5 Uji Hipotesis .....                                       | 45        |
| <b>BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>              | <b>47</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian.....                                       | 47        |
| 4.1.1 Gambaran Umum Penelitian .....                            | 47        |
| 4.1.2 Gambaran Umum dan Subyek Penelitian .....                 | 48        |
| 4.1.3 Analisis Deskriptif .....                                 | 50        |
| 4.1.4 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas .....                  | 58        |
| 4.1.5 Analisis Linier Berganda.....                             | 60        |
| 4.1.6 Uji Asumsi Klasik .....                                   | 63        |
| 4.1.7 Uji Kelayakan Model .....                                 | 67        |
| 4.1.8 Uji Hipotesis .....                                       | 69        |
| 4.2 Pembahasan .....  | 71        |
| 4.2.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....    | 71        |
| 4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.... | 72        |
| 4.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....       | 73        |
| 4.2.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....   | 74        |
| <b>BAB 5: PENUTUP .....</b>                                     | <b>77</b> |
| 5.1 Simpulan.....   | 77        |
| 5.2 Keterbatasan .....  | 78        |
| 5.3 Saran .....   | 78        |
| JADWAL PENELITIAN .....   | 80        |
| DAFTAR PUSTAKA .....  | 81        |
| LAMPIRAN .....  | 83        |

## **DAFTAR TABEL**

| Tabel  | Hal |
|--|-----|
| 1. Karakteristik Usia.....   | 48  |
| 2. Karakteristik Jenis Kelamin .....                               | 49  |
| 3. Interval Kelas .....  | 50  |
| 4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup .....          | 51  |
| 5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....     | 53  |
| 6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi .....             | 54  |
| 7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....         | 56  |
| 8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian ..... | 57  |
| 9. Hasil Uji Validitas.....  | 59  |
| 10. Hasil Uji Realibilitas .....                                   | 60  |
| 11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....                         | 61  |
| 12. Hasil Uji Normalitas One Sampel Kolmogorov-Smirnov test.....   | 63  |
| 13. Hasil uji Multikolinieritas .....                              | 65  |
| 14. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F).....                         | 67  |
| 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....       | 68  |
| 16. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) .....                              | 69  |



## **DAFTAR GAMBAR**

| Gambar                                      | Hal |
|---|-----|
| 1. Penjualan Ms Glow For Men 2020-2021..... | 4   |
| 2. Rerangka Konseptual .....                | 29  |
| 3. Grafik Uji Normalitas Data.....          | 64  |
| 4. Grafik Uji Heteroskedastisitas .....     | 66  |



## **DAFTAR LAMPIRAN**

| Lampiran                                       | Hal |
|--|-----|
| 1. Kuesioner Penelitian .....                  | 83  |
| 2. Tabulasi Hasil Data Kuesioner.....          | 88  |
| 3. Tabulasi Karakteristik Responden .....      | 90  |
| 4. Tabulasi Frekuensi Data.....                | 91  |
| 5. Uji Validitas dan Uji Realibilitas .....    | 98  |
| 6. Analisis Regresi Linier Berganda .....      | 107 |
| 7. Uji Asumsi Klasik .....                     | 108 |
| 8. Uji Kelayakan Model dan Uji Hipotesis ..... | 110 |
| 9. Surat Tugas Bimbingan Skripsi .....         | 111 |
| 10. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi .....   | 112 |
| 11. Surat Pernyataan Kuesioner .....           | 113 |
| 12. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian .....  | 114 |
| 13. Surat Keterangan Bebas Plagiasi .....      | 115 |

