

PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SANDAL EIGER
DI STORE WIYUNG SURABAYA

SKRIPSI



Oleh :

GILANG FIRMANSYAH
18012010226/FEB/EM

PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR

2022

PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SANDAL EIGER
DI STORE WIYUNG SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

GILANG FIRMANSYAH
18012010226/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR

2022

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SENDAL EIGER
DI STORE WIYUNG SURABAYA**

Yang diajukan Oleh :

GILANG FIRMANSYAH
18012010226/FEB/EM

Telah disetujui untuk Ujian Skripsi oleh

Pembimbing I

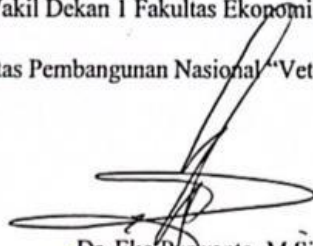


Drs. Ec. Supriyono, M.M.
NIP. 196106261988031001

Tanggal: 7/6/2022

Mengetahui,

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Eko Purwanto, M.Si.
NIP. 195903291987031001

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SENDAL EIGER
DI STORE WIYUNG SURABAYA

Disusun Oleh :

GILANG FIRMANSYAH
18012010226/FEB/EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 8 Juli 2022

Koordinator Program Studi

Pembimbing Utama

Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.
NIP. 196206161989032001

Drs. Ec. Suprivono, S.E., M.M.
NIP. 196106261988031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T.
NIP. 195908281990031001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gilang Firmansyah

NPM : 18012010226

Program Studi : Manajemen

menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul:

“Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sandal Eiger di Store Wiyung Surabaya”

Merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Surabaya, 13 Juli 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Drs. Ec Supriyono, M.M.
NIP. 196106261988031001

Mahasiswa



Gilang Firmansyah
NPM. 18012010226

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SENDAL EIGER DI STORE WIYUNG SURABAYA”** dengan baik.

Penyusunan penelitian ini ditunjukkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur (UPN “Veteran” Jawa Timur).

Dalam penyusunan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir Akhmad Fauzi, M.MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Syamsul Huda, MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE,M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Drs. Ec. Supriyono, M.M. selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih atas segala kontribusi dan nasehat-nasehat selama penulisan penelitian.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen maupun Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

6. Bapak, Kaka serta keluarga besar yang telah mendukung dan membimbing penuh kasih sayang dan doa yang selalu dipanjatkan tak henti-hentinya oleh Ibu kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan di UPN Veteran Jawa Timur.
8. Penulis berterima kasih untuk teman-teman di Surabaya dan Gresik untuk segala dukungan dan semangatnya.
9. Seluruh pihak yang tak dapat penulis sebutkan atas keterbatasan halaman ini, untuk segala bentuk bantuan yang diberikan, penulis 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, 15 Maret 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.2.3 Gaya Hidup	13
2.2.3.1 Pengertian Gaya Hidup	13
2.2.3.2 Faktor-faktor Gaya Hidup	14
2.2.3.3 Indikator Gaya Hidup	15

2.2.4 Kualitas Produk.....	16
2.2.4.1 Pengertian Kualitas produk.....	16
2.2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	17
2.2.4.3 Indikator Kualitas Produk.....	18
2.2.5 Citra Merek.....	19
2.2.5.1 Pengertian Citra Merek.....	19
2.2.5.2 Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek.....	20
2.2.5.3 Indikator Citra Merek.....	20
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	21
2.2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.2.6.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..	22
2.2.6.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Pengaruh Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.3.3 Penaruh Citra Merek Dengan keputusan Pembelian.....	25
2.4 Kerangka Konseptual.....	27
2.5 Hipotesis.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel.....	29
3.1.1 Definisi Oprasional.....	29
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	32

3.2 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1 Jenis Data.....	34
3.3.2 Sumber Data.....	34
3.3.3 Pengumpulan Data.....	34
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	35
3.4.1 Teknik Analisis.....	35
3.4.2 Kegunaan Metode Partial Least Square (PLS).....	36
3.4.3 Pengukuran Model Partial Least Square (PLS).....	37
3.4.4 Langkah-Langkah Partial Least Square (PLS).....	37
3.4.5 Asumsi PLS.....	45
3.4.6 Ukuran Sampel.....	46
3.4.7 Uji Validitas.....	46
3.4.8 Uji Reliabilitas.....	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2.2 Deskripsi Variabel Gaya Hidup (X1).....	51
4.2.3 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2).....	53
4.2.4 Deskripsi Variabel Citra Merek (X3).....	57

4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	59
4.3 Analisis Data.....	61
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier.....	61
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS.....	62
4.3.2.1 Outer Model.....	62
4.3.2.2 Analisis Model PLS.....	69
4.3.2.3 Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	70
4.3.2.4 Pengujian Hipotesis.....	71
4.4 Pembahasan.....	72
4.4.1 Gaya Hidup Terhadap Keputusan pembelian.....	72
4.4.2 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.4.3 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index 2019-2021.....	5
Tabel 1.2 Data Penjualan Sepatu Sandal Eiger Wiyung Surabaya 2020.....	6
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Status.....	50
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup.....	51
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas produk.....	53
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Citra merek.....	57
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.8 Residual Statistic ²	61
Tabel 4.9 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	63
Tabel 4.10 Cross Loading.....	65
Tabel 4.11 Average variance extracted (AVE).....	66
Tabel 4.12 Composite Reliability.....	67
Tabel 4.13 Latent Variable Correlations.....	68
Tabel 4.14 R-Square.....	70
Tabel 4.15 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 3.1 Langkah-Langkah Analisis PLS.....	37
Gambar 3.2 Contoh Diagram Jalur PLS.....	39
Gambar 4.1 Outer Model (<i>factor loading, Path Coefficient dan R-Square</i>)..	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian.....	79
Lampiran 2	Deskriptif Data Jawaban Responden.....	83
Lampiran 3	Tabel Frekuensi Data Jawaban Responden.....	84
Lampiran 4	Uji Outlier.....	90
Lampiran 5	Hasil Olah Data PLS.....	91
	Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values).....	92
	Outer Weights (Mean, STDEV, T-Values).....	93
	Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	94
	Latent Variable Correlations.....	95
	R Square.....	95
	Cross Loading.....	95
	AVE.....	96
	Composite Reliability.....	96

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SANDAL EIGER
DI STORE WIYUNG SURABAYA**

Oleh:

Gilang Firmansyah
18012010226/FEB/EM

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu sandal Eiger di Store Wiyung Surabaya. Keputusan pembelian merupakan salah satu tujuan bisnis dari perusahaan yang bisa berdampak pada keberlangsungan oprasional perusahaan.

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dimana variabel dependen adalah keputusan pembelian dan variabel independen dalam penelitian ini adalah gaya hidup, citra merek dan kualitas produk. Pengambilan sampel menggunakan teknik Purposive Sampling terdapat 85 responden dan analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS).

hasil analisis penelitian ini bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu sandal Eiger di Store Wiyung Surabaya dengan path coefficients sebesar 0.149310, dan nilai T-statistic sebesar $2.176391 > 1,96$ (nilai T-tabel dari $Z\alpha = 0,05$), Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepatu sandal Eiger di Store Wiyung Surabaya dengan path coefficients sebesar 0.499406, dan nilai T-statistic sebesar $4.991450 > 1,96$ (nilai T-tabel dari $Z\alpha = 0,05$) dan Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepatu sandal Eiger di Store Wiyung Surabaya dengan path coefficients sebesar 0.168160, dan nilai T-statistic sebesar $2.060594 > 1,96$ (nilai T-tabel dari $Z\alpha = 0,05$).

Kata Kunci: citra merek, gaya hidup, keputusan pembelian, kualitas produk