

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK COCA-COLA DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

AULIA DWI ANGGRAENI

20012010103 / FEB / EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2024

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK COCA-COLA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

AULIA DWI ANGGRAENI

20012010103 / FEB / EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2024

SKRIPSI

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK COCA-COLA DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

AULIA DWI ANGGRAENI

20012010103 / 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 : 13 September 2024

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama

Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W. M.M
NIP. 196310091991032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP

NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aulia Dwi Anggraeni
NPM : 20012010103
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Coca-Cola di Surabaya.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengans esungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 13 September 2024

Yang Menyatakan



(Aulia Dwi Anggraeni)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat, dan karunia-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Coca-Cola di Surabaya”** Shalawat dan salam juga penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalahnya kepada seluruh umat manusia dan menjadi teladan bagi kita semua. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Pihak-pihak yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si,Crp selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, SE,M.Si, selaku koordinator program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama menempuh pendidikan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Ayah dan Ibu tercinta. Dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis yang selalu mendoakan dan memberikan segala dukungan, motivasi serta

kasih sayang kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana.

7. Kepada Warga Blink teman seperjuangan selama kuliah yaitu Ola, Naila, Amanda, Angel selalu menemani penulis selama kuliah di Upn “ Veteran” Jawa Timur, warga PPP Info yaitu Ode dan Cindy yang selalu memberi info konser agar penulis tidak stress dan Warga Kemplo yaitu Ruro dan Nila yang selalu memberikan support kepada penulis agar selalu semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada seluruh keluarga, sahabat dan semua teman-teman penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih sudah memberikan semangat dalam proses pengerjaan skripsi ini.
9. Terakhir, untuk diri saya sendiri terima kasih atas segala kerja kerasnya dan sudah mau bertahan sejauh ini untuk menyelesaikan skripsi ini.

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. Terima Kasih.

Sidoarjo, 06 Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| KATA PENGANTAR..... | i |
| DAFTAR ISI | iii |
| DAFTAR TABEL..... | v |
| DAFTAR GAMBAR | vi |
| ABSTRAK | vii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 11 |
| 2.2 Tinjauan Teori..... | 13 |
| 2.2.1 Manajemen Pemasaran..... | 13 |
| 2.2.2 Perilaku Konsumen | 15 |
| 2.2.3 Gaya Hidup | 16 |
| 2.2.4 Citra Merek | 18 |
| 2.2.5 Keputusan Pembelian..... | 19 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel | 23 |
| 2.3.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian | 23 |
| 2.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan pembelian..... | 24 |
| 2.4 Kerangka Konseptual | 25 |
| 2.5 Hipotesis | 26 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 27 |
| 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 27 |
| 3.1.1 Definisi Operasional..... | 27 |
| 3.1.2 Pengukuran Variabel | 30 |
| 3.2 Teknik Penentuan Sampel | 31 |
| 3.2.1 Populasi..... | 31 |

| | | |
|-----------------------------------|---|----|
| 3.2.2 | Sampel..... | 31 |
| 3.3 | Teknik Pengumpulan Data | 32 |
| 3.3.1 | Jenis Data | 32 |
| 3.3.2 | Sumber Data..... | 33 |
| 3.3.3 | Metode Pengumpulan Data..... | 33 |
| 3.4 | Teknik Analisis dan Uji Hipotesis | 34 |
| 3.4.1 | Teknik Analisis Data | 34 |
| 3.4.2 | Langkah-Langkah PLS..... | 34 |
| 3.4.3 | Asumsi PLS..... | 39 |
| 3.4.4 | Ukuran Sampel..... | 40 |
| 3.5 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 40 |
| 3.5.1 | Uji Validitas..... | 40 |
| 3.5.2 | Uji Reliabilitas | 41 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 42 |
| 4.1 | Deskripsi Objek Penelitian | 42 |
| 4.1.1 | Profil Perusahaan | 42 |
| 4.2 | Deskripsi Hasil Penelitian | 43 |
| 4.2.1 | Analisis Karakteristik Responden | 43 |
| 4.2.2 | Deskripsi Variabel | 45 |
| 4.3 | Analisis Data | 50 |
| 4.3.1 | Evaluasi Uji Outlier..... | 50 |
| 4.3.2 | Interpretasi Hasil PLS | 52 |
| 4.4 | Pembahasan | 60 |
| 4.4.1 | Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian | 60 |
| 4.4.2 | Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian | 61 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 63 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 63 |
| 5.2 | Saran..... | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 65 |
| LAMPIRAN..... | | 67 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Market Share Coca-Cola Company 2021-2024 | 5 |
| Tabel 1.2 Top Brand Index Kategori Minuman Bersoda tahun 2020 – 2024 | 6 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 45 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 45 |
| Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup (X1)..... | 46 |
| Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X2)..... | 48 |
| Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) | 50 |
| Tabel 4.6 Uji Outlier | 52 |
| Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)..... | 54 |
| Tabel 4.8 Cross Loading | 55 |
| Tabel 4.9 Average Variance Extracted (AVE) | 56 |
| Tabel 4.10 Composite Reliability..... | 57 |
| Tabel 4.11 Latent Variable Correlations..... | 57 |
| Tabel 4.12 <i>R-Square</i> | 60 |
| Tabel 4.13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Merek Minuman Ringan/soft Drink Paling Sering Dikonsumsi Masyarakat Indonesia Setahun Terakhir | 3 |
| Gambar 1.2 Produk Soft Drink yang paling dikenal warga | 4 |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual | 26 |
| Gambar 4.1 Outer Model dengan factor loading,Path Coefficient dan R-Square. | 59 |

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK COCA-COLA DI SURABAYA**

OLEH:

AULIA DWIANGGRAENI

20012010103 / FEB / EM

ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini, masyarakat hidup dalam lingkungan modern yang memiliki gaya hidup serba instan, hal ini terlihat dari meningkatnya kebiasaan dalam mengonsumsi minuman ringan. Minuman ringan yang beredar ditengah masyarakat sekarang umumnya seperti minuman berkarbonasi. Citra merek yang unik dan kuat dapat membuat Coca-Cola menjadi pilihan utama di antara banyaknya opsi produk minuman lainnya dan akan mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Coca-Cola di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik sampling yang digunakan yaitu *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling*. Sampel penelitian berjumlah 80 responden yang merupakan konsumen yang berusia di atas 17 tahun yang khusus membeli dan mengonsumsi produk Coca-Cola di Surabaya. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer yang didapat melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden. Teknik untuk analisis yang digunakan pada studi ini memakai aplikasi PLS atau *Partial Least Square* serta melalui uji validitas, uji reabilitas dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitupun pada variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Coca-Cola di Surabaya.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Citra Merek, Keputusan Pembelian