

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE
DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

MUHAMMAD RIZKY AWWALUL RAMADHAN
20012010347/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE
DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

MUHAMMAD RIZKY AWWALUL RAMADHAN
20012010347/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2024

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

MUHAMMAD RIZKY AWWALUL RAMADHAN
20012010347/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024**

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE
DI SURABAYA

Disusun Oleh :

MUHAMMAD RIZKY AWWALUL RAMADHAN

20012010347 / 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 : 01 November 2024

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Dosen Pembimbing Utama



Dra. Ec. Siti Aminah, M.M.
NIP. 196107121988032001

Dosen Pembimbing Pendamping



Dr. Nanik Hariyana, S.Pd., M.M.
NIP. 20219871010230

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 : Muhammad Rizky Awwalul Ramadhan
NPM : 20012010347
Fakultas /Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Smartphone Iphone 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 dengan sesungguhnya. 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, 01 November 2024



Muhammad Rizky Awwalul Ramadhan
20012010347

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya dalam melancarkan penyelesaian usulan penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Surabaya dengan Studi kasus mahasiswa UPN Veteran Jawa timur” sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana strata satu pada Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CFP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
4. Ibu Dra. Ec. Siti Aminah, M.M._selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan waktunya dalam penyusunan usulan penelitian ini;

5. Ibu Dr. Nanik Hariyana, S.Pd., M.M., selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan waktunya dalam penyusunan usulan penelitian ini;
6. Kepada Orang Tua saya, yang telah memberikan dukungan berupa doa, motivasi, dan finansial selama kegiatan kuliah saya.
7. Kepada Della Azhara, Arya Dharma, Rayyan Thalib, Syahrir Sauki, Sheily, Selsa dan Nabila, terima kasih untuk semua dukungan dan motivasi yang berikan kepada penulis.
8. Kepada seluruh teman-teman penulis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk semua dukungan dan motivasi serta sudah berteman baik dengan penulis.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan Usulan Penelitian ini. Oleh karena itu, adanya kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis untuk penyempurnaan susunan ini. Semoga penyusunan dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 05 November 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Tinjauan Teori.....	18
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	19
2.2.3 Citra Merek.....	19
2.2.3.1 Indikator Citra Merek.....	21
2.2.4 Kualitas Produk.....	22
2.2.4.1 Dimensi Kualitas Produk.....	22
2.2.4.2 Indikator Kualitas Produk.....	23
2.2.5 Gaya Hidup.....	25
2.2.5.1 Indikator Gaya hidup.....	26
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	27
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.4 Definisi Operasional Variabel.....	31

2.4 Kerangka Konseptual.....	37
2.5 Hipotesis	37
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.1.1 Pengukuran Variabel.....	38
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1 Jenis Data	40
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	41
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.4.1 Uji Validitas	41
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	42
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	42
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	42
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Formatif.....	43
3.5.3 Cara Kerja PLS.....	45
3.5.4 Langkah-Langkah PLS.....	46
3.5.5 Asumsi PLS	53
3.5.6 Ukuran Sampel	54
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	55
4.1.1 Profil Perusahaan iphone.....	55
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	59
4.3 Analisis Data	60

4.3.1 Interpretasi Hasil PLS	60
4.3.1.1 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator)	60
4.3.1.2 Analisi Model PLS	65
4.3.1.3 <i>Inner Model</i> (Pengujian Model Struktural).....	66
4.3.2 Pengujian Hipotesis	67
4.4 Pembahasan	68
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	69
4.4.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	70
BAB V	73
KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Skala Likert.....	39
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	57
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	58
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan program studi.....	59
Tabel 4.4	Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	60
Tabel 4.5	<i>Cross Loadings</i>	61
Tabel 4.6	<i>Construct Reliability and Validity</i>	63
Tabel 4.7	Latent Variabel Correlation.....	64
Tabel 4.8	<i>R-Square</i>	66
Tabel 4.9	<i>Path Coefficoents (Mean, STDEV, T-Values)</i>	67

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Negara Pemakai Handphone Terlama Di Dunia.....	2
Gambar 1.2	Mobile Vendor Market Share Indonesia.....	3
Gambar 1.3	Pengguna Iphone Seri Terbaru Di X.....	4
Gambar 1.4	Presentase keluhan pengguna iphone seri terbaru di X.....	5
Gambar 1.5	Apple Market Share.....	6
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	37
Gambar 3.1	Model Indikator Reflektif.....	44
Gambar 3.2	Model Indikator Formatif.....	45
Gambar 3.3	Diagram Jalur PLS.....	48
Gambar 4.1	Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
Lampiran 1.1	Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 1.2	Tabulasi Data Jawaban Responden.....	83
Lampiran 1.3	Hasil Olah Data Smart PLS.....	89

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* IPHONE DI SURABAYA

Oleh :

Muhammad Rizky Awwalul Ramadhan
20012010347/FEB/EM

ABSTRAKI

Perkembangan teknologi yang semakin maju telah membantu memfasilitasi aktivitas sehari-hari manusia, sehingga mereka semakin tergantung pada berbagai hal yang terkait dengan teknologi. merek *smartphone* yang tersedia sangatlah beragam salah satunya adalah Iphone yang berasal dari Amerika. Amerika dianggap sebagai negara yang sangat inovatif dalam pengembangan industri Teknologi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Citra merek terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Iphone, pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Iphone, dan pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Iphone.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Likert dan ditemukan hasil responden sebanyak 120 responden. Metode Purposive Sampling digunakan untuk pengambilan sampel. Pendekatan analisis data menggunakan program PLS (Partial Least Square). Berdasarkan hasil penelitian, citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup semuanya berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Smartphone* Iphone.

Kata Kunci: Citra Merek; Kualitas Produk; Gaya Hidup; Keputusan Pembelian.