

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* IPHONE PADA GENERASI  
Z DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**RYAN AHNAF RIZKY NUGROHO**  
**21012010280/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2025**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* IPHONE PADA GENERASI  
Z DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh:**

**RYAN AHNAF RIZKY NUGROHO**  
**21012010280/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
2025**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE PADA GENERASI  
Z DI KOTA SURABAYA**

**Disusun Oleh:**

**Ryan Ahnaf Rizky Nugroho**  
**21012010280/FEB/EM**

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal: 4 Juli 2025**

**Pembimbing Utama**

**Ugy Soebiantoro, S.E., M.M**  
**NIP. 196708182021211001**

**Tim Penguji  
Ketua**

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

**Anggota**

**Ratih Mukti Azhar, S.P., M.M**  
**NPT. 21219920624346**

**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 BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ryan Ahnaf Rizky Nugroho

NPM : 21012010280

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 4 Juli 2025  
Yang Membuat pernyataan



Ryan Ahnaf Rizky Nugroho  
NPM. 21012010280

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada pemilik alam semesta, Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan kenikmatan yang luar biasa sehingga peneliti dapat menyusun skripsi dengan judul "Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Iphone Pada Generasi Z Di Surabaya. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata-1 dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas rahmat dan Hidayah-Nya, Penulis dapat menyelesaikan Laporan magang ini dengan tepat waktu.
2. Kedua orang tua tercinta, serta kakak penulis yang selalu memberikan doa, semangat, dan motivasi yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor UPN "Veteran" Jawa Timur.
4. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, Msi, CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur.

5. Dr. Drs. Ec. Muhadjir Anwar, M.M., Selaku Ketua Jurusan Manajemen FEB Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Dr. Wiwik Handayani, SE., M.Si., Selaku Koordinator Progdi S1 Manajemen FEB Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Bapak Ugy Soebiantoro, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan serta pengarahan yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Para Dosen pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan di UPN "Veteran" Jawa Timur.
9. Navillia Putri S yang selalu membantu, menemani dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh rekan seperjuangan mahasiswa Manajemen 2021 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, mohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan karena kesempurnaan hanyalah milik Tuhan Yang Maha Esa. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan untuk memperbaiki kekurangan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Surabaya, 14 Desember 2024

Ryan Ahnaf Rizky Nugroho

## DAFTAR ISI

|                                                                  |            |
|------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                                   | <b>ii</b>  |
| <b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>                     | <b>iii</b> |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                       | <b>iv</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                           | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                       | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                        | <b>x</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                             | <b>xi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                    | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang .....                                         | 1          |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                                      | 13         |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                      | 13         |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                     | 14         |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis .....                                     | 14         |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....                                       | 14         |
| <b>BAB II TINJUAN PUSTAKA .....</b>                              | <b>16</b>  |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                   | 16         |
| 2.2 Landasan Teori.....                                          | 23         |
| 2.2.1 Pemasaran.....                                             | 23         |
| 2.2.2 Perilaku Konsumen .....                                    | 23         |
| 2.2.3 Persepsi Harga .....                                       | 25         |
| 2.2.4 Gaya Hidup.....                                            | 27         |
| 2.2.5 Keputusan Pembelian .....                                  | 29         |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                                     | 31         |
| 2.3.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian ..... | 31         |
| 2.3.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....      | 31         |
| 2.4 Hipotesis .....                                              | 34         |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                           | <b>35</b>  |
| 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....           | 35         |

|                                         |                                                                    |           |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.1.1                                   | Variabel Independen (X) .....                                      | 35        |
| 3.1.2                                   | Variebel Dependen (Y).....                                         | 36        |
| 3.2                                     | Pengukuran Variabel .....                                          | 37        |
| 3.3                                     | Teknik Pengumpulan Sampel .....                                    | 38        |
| 3.3.1                                   | Populasi .....                                                     | 38        |
| 3.3.2                                   | Sampel .....                                                       | 38        |
| 3.4                                     | Teknik Pengumpulan Data .....                                      | 40        |
| 3.4.1                                   | Jenis Data.....                                                    | 40        |
| 3.4.2                                   | Sumber Data .....                                                  | 40        |
| 3.4.3                                   | Metode Pengumpulan Data .....                                      | 41        |
| 3.5                                     | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....                           | 41        |
| 3.5.1                                   | Uji Validitas.....                                                 | 41        |
| 3.5.2                                   | Uji Reliabilitas.....                                              | 42        |
| 3.6                                     | Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....                            | 42        |
| 3.6.1                                   | Metode Analisis Data .....                                         | 42        |
| 3.6.2                                   | Cara Kerja PLS.....                                                | 43        |
| 3.6.3                                   | Langkah Langkah PLS .....                                          | 44        |
| 3.6.4                                   | Asumsi PLS .....                                                   | 53        |
| 3.6.5                                   | Ukuran Sampel .....                                                | 53        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b> |                                                                    | <b>54</b> |
| 4.1                                     | Deskripsi Objek Penelitian .....                                   | 54        |
| 4.1.1                                   | Profil Perusahaan.....                                             | 54        |
| 4.1.2                                   | Produk Apple.....                                                  | 55        |
| 4.2                                     | Deskriptif Hasil Penelitian.....                                   | 55        |
| 4.2.1                                   | Analisis Karakteristik Responden .....                             | 55        |
| 4.2.2                                   | Deskripsi Variabel <i>Persepsi Harga</i> (X1) .....                | 57        |
| 4.2.3                                   | Deskripsi Variabel <i>Gaya Hidup</i> (X2).....                     | 59        |
| 4.2.4                                   | Deskripsi Variabel <i>Keputusan Pembelian</i> (Y) .....            | 60        |
| 4.3                                     | Analisis Data.....                                                 | 61        |
| 4.3.1                                   | Evaluasi Uji Outlier .....                                         | 61        |
| 4.3.2                                   | <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran dan Validitas Indikator)..... | 63        |

|                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.3.3 Analisis Model PLS.....                                    | 68        |
| 4.3.4 <i>Inner Model</i> (Pengujian Model Stuktural) .....       | 68        |
| 4.3.5 Pengujian Hipotesis .....                                  | 70        |
| 4.3.6 Gambar <i>Inner Model</i> .....                            | 72        |
| 4.4 Pembahasan .....                                             | 72        |
| 4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian ..... | 72        |
| 4.4.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....      | 75        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                          | <b>77</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                             | 77        |
| 5.2 Saran .....                                                  | 77        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                       | <b>80</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                             | <b>87</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Pengguna Aktif <i>Smartphone</i> di Indonesia .....                                                                 | 3  |
| Gambar 1.2 Presentase Kepemilikan <i>Smartphone</i> .....                                                                      | 5  |
| Gambar 1.3 Volume Pengiriman .....                                                                                             | 6  |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....                                                                                           | 34 |
| Gambar 3.1 Diagram Jalur .....                                                                                                 | 46 |
| Gambar 4.1 Karakteristik Berdasarkan Generasi .....                                                                            | 56 |
| Gambar 4.2 Gambar <i>Outer Model</i> dengan nilai <i>Factor Loading</i> , <i>Path Coefficient</i><br>dan <i>R-Square</i> ..... | 68 |
| Gambar 4.3 <i>Inner Model</i> dengan Nilai Signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i> ...                                   | 72 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Data Top Brand Index .....                              | 7  |
| Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner .....                        | 38 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Domisili .....                | 56 |
| Tabel 4.2 Hasil Jawaban Responden Persepsi Harga (X1) .....       | 57 |
| Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Gaya Hidup (X2) .....           | 59 |
| Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y) .....   | 60 |
| Tabel 4.5 <i>Residual Statistics</i> .....                        | 62 |
| Tabel 4.6 <i>Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)</i> .....     | 63 |
| Tabel 4.7 <i>Cross Loading</i> .....                              | 65 |
| Tabel 4.8 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....           | 65 |
| Tabel 4.9 <i>Composite Reliability</i> .....                      | 66 |
| Tabel 4.10 <i>Latent Variabel Correlation</i> .....               | 67 |
| Tabel 4.11 <i>R-Square</i> .....                                  | 69 |
| Tabel 4.12 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i> ..... | 71 |

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* IPHONE PADA GENERASI Z DI SURABAYA**

Oleh:

**Ryan Ahnaf Rizky Nugroho**  
**21012010280/FEB.EM**

Pada era teknologi yang semakin maju seperti saat ini, teknologi dan informasi mengalami perkembangan yang sangat cepat dan menuntut setiap orang untuk menerapkan ikut serta dalam perkembangan teknologi yang ada saat ini. Perkembangan pada era digital ini membuat setiap orang menggunakan gadget yang dapat terhubung dengan dunia maya dalam mendukung aktivitas sehari-hari. *Smartphone* merek Iphone adalah salah satu kategori gadget yang diminati konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Persepsi Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Generasi Z di Surabaya. Generasi Z yang dimaksud yakni berusia 20-24 tahun. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling, yaitu sampel yang dipilih berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Sampel yang diambil adalah sebesar 75 responden. Sedangkan Teknik analisis data yang digunakan adalah partial least square (PLS). Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Persepsi Harga adalah faktor utama yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan Keputusan Pembelian. Sedangkan, Kualitas Produk berpengaruh kedua setelah faktor Persepsi Harga pada konsumen dalam melakukan Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa.

***Kata Kunci: Persepsi Harga, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Smartphone Iphone***