PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE SEDAAP
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen)

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan

Program Sarjana Ekonomi

Oleh

NI NYOMAN SINTYA PURNAMI DEWI

NIM 1817041002

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2022

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

Menyetujui

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E,M.M	Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA
NIP. 19850504 201504 2 001	NIP. 19820831 201012 1 001

Skripsi oleh Ni Nyoman Sintya Purnami Dewi

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal 23 Februari 2022

Dewan Penguji,

Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E,M.M (Ketua)
NIP. 198505042015042001

Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA (Anggota)
NIP. 198208312010121001

Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc. (Anggota)
NIP. 197404122010121001

Diterima oleh panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada :

Hari : Senin

Tanggal : 7 Maret 2022

Mengetahui,

Ketua ujian,

Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 19681029 199303 2 001

Sekretaris Ujian,

Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M
NIP. 19830921 201504 1 001

Mengesahkan ,
Dekan Fakultas Ekonomi

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
DEKAN

Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.SI., Ak., CA., CPA.
NIP 19790616 200212 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen)" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pegutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 23 Februari 2022

Yang membuat pernyataan

Ni Nyoman Sintya Purnami Dewi

NIM. 1817041002

MOTTO

"Don't Post Your Feeling, Don't Do It"

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas anugrah dan karunia yang telah diberikannya, sehingga skripsi yang saya buat dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Kepada pembimbing Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E,M.M dan Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA yang selalu memberikan bimbingan, saran, dan pengarahan dengan penuh tanggung jawab dan kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan mengantar saya pada jenjang saat ini

Kepada orang tua saya I Wayan Sunantara (Ayah), Ni Nyoman Putu Rini (Ibu), kedua saudara, serta keluarga besar saya yang selalu memberikan doa dan semangat demi kesuksesan dan kebahagian saya untuk mencapai tujuan dan mengantar saya pada kelulusan ini.

Untuk teman-teman dan sahabat yang saya sayangi, yang selalu memberikan dukungan dan menolong saya dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terimakasih atas dukungan, semangat, dan doa yang selalu diberikan.

PRAKARTA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen)"**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis m
enyadari banyak mendapatkan bantuan dan saran baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan rasa hormat, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., CA, CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E, M.M, selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan serta arahan yang sangat bermanfaat bagi penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA, selaku Pembimbing II dan Pembimbing Akademik yang dengan sabar dan kesungguhan hati dalam membimbing penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu mendidik dan memberikan motivasi selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dan memberikan berbagai macam informasi selama perkuliahan.
9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan pelayanan dan memberikan kemudahan dalam peminjaman buku-buku yang diperlukan dalam penyusunan skripsi.

10. Kedua orang tua penulis (I Wayan Sunantara dan Ni Nyoman Putu Rini), kedua saudara penulis, dan keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, doa, dan motivasi dengan penuh kasih sayang, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat dan para teman, Vira, Nova, Wiwin, Wiwik, Lopes, Bayu, Eka, Devita, Tiwa dan juga teman-teman Manajemen angkatan tahun 2018 yang turut memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang berkaitan dalam penyusunan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari atas segala keterbatasan yang tersaji dalam skripsi ini yang masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan masukannya dari para pembaca yang bersifat membangun dari berbagai pihak untuk sebagai masukan bagi para penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat secara langsung bagi para pembaca.

Singaraja, 17 Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA……...……	I
ABSTRAK.....	Iii
DAFTAR ISI…….…...	Iv
DAFTAR TABEL…….…...	vii
DAFTAR GAMBAR…….…..	viii
DAFTAR LAMPIRAN…….…...	Ix
BAB I PENDAHULUAN……	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian……..……	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian……..……...	8
1.3 Pembatasan Masalah…….……	8
1.4 Rumusan Masalah…….……	9
1.5 Tujuan Penelitian……..……	9
1.6 Manfaat Penelitian....……..……..	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA……...…….……...	11
2.1 Keputusan Pembelian..……..……..……..	11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian…..……...……	11
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian……...……..…	12
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian....……...……...	13
2.2 Gaya Hidup.....	13
2.2.1 Pengertian Gaya Hidup…….……...……	13
2.2.2 Dimensi Gaya Hidup.....	14
2.2.3 Indikator Gaya Hidup.....	15
2.3 Citra Merek.....……..……..…...	15
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	15

2.3.2 Dimensi Citra Merek..... 16
2.3.3 Indikator Citra merek..... 17
2.4 Hasil Penelitian yang Relevan..... 18
2.5 Hubungan Antar Variabel..... 21
2.5.1 Hubungan Antara Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian..... 21
2.5.2 Hubungan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian..... 22
2.5.3 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian..... 22
2.6 Kerangka Berpikir..... 23
2.7 Hipotesis Penelitian..... 24

BAB III METODE PENELITIAN…….... 26
3.1 Rancangan Penelitian…….……..…… 26
3.2 Subjek dan Objek Penelitian……..……..…… 26
3.3 Sampel Penelitian…..……..…..…… 26
3.4 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian…...……... 28
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data..... 29
3.5.1 Metode Pengumpulan Data..... 29
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data..……..…… 29
3.6 Metode Dan Teknik Analisis Data…….……..... 30
3.6.1 Uji Asumsi Klasik…..... 31
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda…...…… 32
3.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)…..……..……. 32
3.7 Pengujian Hipotesis..... 33
3.7.1 Uji Simultan (Uji F)..... 33
3.7.2 Uji Parsial (Uji t)..... 33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN……. 36
4.1 Deskripsi Data……... 36
4.2 Pengujian Asumsi Klasik…….. 39
4.2.1 Uji Asumsi Klasik……... 39
4.2.2 Uji Regresi Linier Berganda…… 43
4.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)……. 46
4.3 Pengujian Hipotesis……... 47
4.3.1 Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....…… 48
4.3.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian..... 48
4.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian..... 49
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian…… 49
4.4.1 Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....…… 49
4.4.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian..... 51
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian..... 53
4.5 Implikasi…… 55
4.6 Keterbatasan Penelitian..... 58

BAB V PENUTUP……... 59
5.1 Rangkuman…….……... 59
5.2 Simpulan……... 60
5.3 Saran…….. 61

DAFTAR RUJUKAN……..…… 62
LAMPIRAN……..……... 65

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	*Top Brand Index* Mie Instan Dalam Kemasan Bag 2019-2021…….	2
Tabel 1.2	Hasil Kuisioner Awal Mengenai Intensitas Mengkonsumsi Mie Instant.....	3
Tabel 1.3	Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian.....	4
Tabel 1.4	Observasi Awal Variabel Gaya Hidup.....	5
Tabel 1.5	Observasi Awal Variabel Citra Merek.....	7
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	18
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	23
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Produk Mie Sedap Berdasarkan Semester.....	36
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Produk Mie Sedap Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.3	Uji Validitas Variabel Gaya Hidup.....	37
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	38
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian.....	39
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas dengan one-Sample Kolmogorov-smirnov Test.....	41
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas.....	41
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glesjer....	43
Tabel 4.10	Ringkasan Hasil Output SPSS Tentang Pengaruh Gaya Hidup (X_1), Citra Merek (X_2), Terhadap Keputusan pembelian (Y).....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen).....	24
Gambar 4.1	Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik P-*Plot*.....	40
Gambar 4.2	Grafik *Scatterplot*…….	42
Gambar 4.3	Struktur Hubungan Gaya Hidup (X_1) dan Citra Merek (X_2) Keputusan Pembelian (Y).....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
Lampiran. 01	Data *Top Brand Index* ……...	65
Lampiran 02	Hasil Kuisioner Awal Mengenai Intensitas Mengkonsumsi Mie Sedaap.....	65
Lampiran. 03	Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel Gaya Hidup, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian.....	66
Lampiran. 04	Kuisioner Penelitian.....	72
Lampiran. 05	Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel Gaya Hidup (X_1) Dan Citra Merek (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	76
Lampiran. 06	Deskripsi Data Responden.....	78
Lampiran 07	Tabulasi Data populasi Penelitian.....	79
Lampiran 08	Output SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Sampel Penelitian Uji Validitas (Y).....	82
Lampiran 09	Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik.....	87