

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*
VIVO DI KECAMATAN SERIRIT**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**



**Oleh
Made Haima Sheva
NIM 1717041037**

**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



Dr.Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E.,M.Si.
NIP. 197611102014042001

Pembimbing II



Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP. 198805030218031001

Skripsi oleh Made Haima Sheva ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 19 Januari 2022

Dewan Penguji,



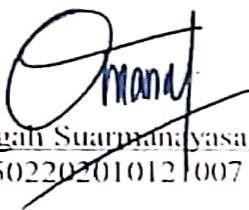
Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si
NIP. 197611102014042001

(Ketua)



Rahutama Atidira, S.T., M.M
NIP. 198805030218031001

(Anggota)



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si
NIP. 198502202010121007

(Anggota)

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

Pada:

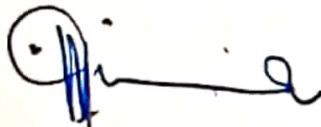
Hari : Rabu

Tanggal : 19 Januari 2022

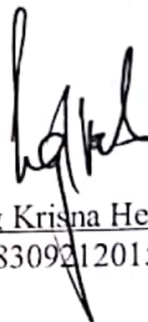
Mengetahui,

Ketua Ujian

Sekretaris Ujian



Dr. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 1968102919930320001



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak, M.Si.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smatphone* Vivo Di Kecamatan Seririt” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan 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 ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 25 Januari 2022
Yang membuat pernyataan,



Made Haima Sheva
NIM. 1717041037

MOTTO



BELAJAR
dan
BERUSAHA

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Vivo di Kecamatan Seririt**”. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, 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., M.Si, Ak., 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 Manajemen.
5. Dr.Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si, selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan ketika penulis mengalami kendala selama menjalani perkuliahan dan sekaligus sebagai pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Rahutama Atidira, S.T., M.M, selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen di Jurusan Manajemen yang telah memberikan arahan dan mendidik penulis selama menempuh perkuliahan di Jurusan Manajemen.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji di dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.

Singaraja, 30 April 2021

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 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Pembatasan Masalah.....	4
1.4 Rumusan Masalah.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Keputusan Pembelian.....	6
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	6
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	7
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	7
2.2 Gaya Hidup.....	8
2.2.1 Pengertian Gaya Hidup.....	8
2.2.2 Dimensi Gaya Hidup.....	9
2.2.3 Indikator Gaya Hidup.....	9
2.3 Citra Merek.....	9
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	9
2.3.2 Dimensi Citra Merek.....	10
2.3.3 Indikator Citra Merek.....	11

2.4	Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan	11
2.5	Hubungan Antar Variabel	15
2.5.1	Hubungan Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	15
2.5.2	Hubungan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2.5.3	Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2.6	Kerangka Pemikiran.....	17
2.7	Hipotesis Penelitian.....	18

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	19
3.2	Rancangan Penelitian	19
3.3	Subjek serta Objek Penelitian.....	19
3.4	Sampel Penelitian.....	20
3.5	Definisi Operasional Variabel Penelitian	20
3.6	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	21
3.6.1	Metode Pengumpulan Data.....	21
3.6.2	Pengujian Instrumen Penelitian	22
3.7	Metode dan Analisis Data	24
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	25
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda	26
3.8	Rancangan Pengujian Hipotesis Penelitian	26

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Data.....	29
4.2	Pengujian Asumsi Klasik	30
4.3	Analisis Regresi Linier Berganda	33
4.4	Pengujian Hipotesis.....	35
4.4.1	Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	35
4.4.2	Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	35
4.4.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	35
4.4.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	36

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	36
4.5.1 Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	36
4.5.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	37
4.5.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	38
4.6 Implikasi Penelitian.....	41
BAB V PENUTUP	
5.1 Rangkuman	43
5.2 Simpulan	44
5.3 Saran.....	44
DAFTAR RUJUKAN	46
LAMPIRAN.....	49



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Indonesia <i>Smartphone Market Share</i> Q2 2019-2020.....	2
Tabel 1.2 <i>Top Brand Index Smartphone</i> Fase I 2019-2020	2
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan.....	12
Tabel 3.1 Variabel, Konsep Variabel, Indikator, dan Skala Pengukuran	20
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	22
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sampel Besar.....	23
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	24
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan	30
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonieritas	30
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	33
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Vivo di Kecamatan Seririt.....	18
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	31
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik <i>p-plot</i>	32
Gambar 4.3 Struktur Hubungan Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Vivo di Kecamatan Seririt.....	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	50
Lampiran 2 Karakteristik Responden Penelitian.....	54
Lampiran 3 Data Pernyataan Responden Sampel Kecil	56
Lampiran 4 Data Pernyataan Responden Sampel Besar	59
Lampiran 5 Hasil Perhitungan Menggunakan Aplikasi SPSS 25 <i>For Windows</i> , Gaya Hidup (X_1), Citra Merek (X_2), Dan Keputusan Pembelian (Y)	68

